



**MUNICIPALIDAD DISTRITAL
DE SAN JUAN DE MIRAFLORES**

ORDENANZA N° 543/MDSJM

**ORDENANZA QUE REGULA LAS
DISPOSICIONES TÉCNICAS Y
PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS
DE AUTORIZACIÓN PARA LA UBICACIÓN
DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD
EXTERIOR EN EL DISTRITO DE
SAN JUAN DE MIRAFLORES**

NORMAS LEGALES

SEPARATA ESPECIAL

ORDENANZA N° 543/MDSJM

San Juan de Miraflores, 27 de febrero de 2025.

EL CONCEJO DISTRITAL DE SAN JUAN DE MIRAFLORES

VISTO: En Sesión Ordinaria del Concejo de la fecha, se trató sobre el proyecto de ordenanza que regula las disposiciones técnicas y procedimiento administrativos de autorización para la ubicación de elementos de publicidad exterior en nuestra jurisdicción; y

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 194° de la Constitución Política del Perú, modificado por el artículo Único de la Ley N° 30305 - de Reforma Constitucional – establece que las municipalidades son órganos de gobierno local con autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia, lo cual es concordante con el artículo II del Título Preliminar de la Ley N° 27972 - Orgánica de Municipalidades, cuyo artículo 40° señala que mediante ordenanzas municipales se regulan, administran y supervisan los servicios públicos y las materias en las que la municipalidad tiene competencia normativa;

Que, con Ordenanza N° 2682, publicada en el diario oficial “El Peruano” con fecha 19 de diciembre de 2024, la Municipalidad Metropolitana de Lima regula la ubicación de elementos de publicidad exterior en la provincia de Lima, cuya Octava Disposición Complementaria Final precisa que las municipalidades distritales se encuentran facultadas para regular complementariamente los procedimientos y las disposiciones técnicas para autorizar la ubicación de elementos de publicidad exterior en el ámbito de sus competencias;

Que, dentro del marco legal antedicho, la Subgerencia de Comercialización y Promoción Empresarial propone y sustenta el proyecto de ordenanza que regula las disposiciones técnicas y procedimiento administrativos de autorización para la ubicación de elementos de publicidad exterior en nuestra jurisdicción (Informes Nos. 001 y 022-2025-SGCYPE-GDE/MDSJM); lo que cuenta con las opiniones favorables de la Subgerencia de Gestión del Riesgo de Desastres (Informe N° 02-2025-SGGRD-GDU/MDSJM), Subgerencia de Fiscalización y Sanciones Administrativas (Memorándum N° 023-2025-SGFSA-GDE/MDSJM), Oficina de Presupuesto y Programación de Inversiones (Informe N° 05-2025-OPPI-OGPP/MDSJM), Oficina de Planeamiento, Modernización y Cooperación Técnica (Informe N° 023-2025-OPMyCT-OGPP/MDSJM), Gerencia de Desarrollo Económico (Memorándum N° 029-2025-GDE/MDSJM), Oficina General de Planeamiento y Presupuesto (Memorándum N° 050-2025-OGPP/MDSJM), así como opinión legal favorable de la Oficina General de Asesoría Jurídica (Informe N° 047-2025-OGAJ/MDSJM) y aprobación de la Gerencia Municipal (Memorándum N° 082-2025-GM/MDSJM);

De conformidad con los artículos 9°, numeral 8), y 40° de la Ley N° 27972 – Orgánica de Municipalidades; así como Ordenanza N° 2682 de la Municipalidad Metropolitana de Lima; con la dispensa del trámite de lectura y aprobación del acta; y con el Voto MAYORITARIO de los señores regidores, el Concejo Municipal de San Juan de Miraflores ha aprobado la siguiente:

ORDENANZA QUE REGULA LAS DISPOSICIONES TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS DE AUTORIZACIÓN PARA LA UBICACIÓN DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN EL DISTRITO DE SAN JUAN DE MIRAFLORES.

TÍTULO I.- GENERALIDADES, OBJETO, FINALIDAD, ÁMBITO Y BASE LEGAL

CAPÍTULO I.- GENERALIDADES

ARTÍCULO 1°.- PRINCIPIOS GENERALES.- Para una aplicación adecuada de la presente Ordenanza y cumplir con su objetivo se aplicarán los principios contemplados en el Título Preliminar del Texto Único Ordenado de la Ley N°27444 - del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo N° 004-2019-JUS, modificatoria, y los siguientes principios generales:

- Protección del ambiente y el ornato y de la zona monumental del distrito, como fundamento principal en la ubicación de los elementos de publicidad exterior, con la finalidad de evitar la contaminación visual y lumínica.
- Respeto a los bienes de dominio privado, así como a los bienes de uso y servicios públicos, para proteger la calidad de vida de los ciudadanos y disfrutar de las cualidades físicas y estéticas del distrito.
- Uniformización de criterios, con relación a la ubicación de elementos de publicidad exterior, en salvaguarda de la seguridad de las personas y el orden en la vía pública.
- Regulación de la actividad de la publicidad exterior, considerando que la misma es una actividad que se debe realizar mediante la ubicación racional de elementos de publicidad exterior, evitando la exclusividad, monopolio y el acaparamiento de los espacios públicos.

ARTÍCULO 2°.- SUJETOS OBLIGADOS.- Toda persona natural o jurídica que desee ubicar elementos de publicidad exterior en el distrito de San Juan de Miraflores está obligada a obtener la Autorización Municipal respectiva de manera previa a su instalación, salvo las excepciones señaladas en la presente ordenanza, sin perjuicio de las autorizaciones que requiera con arreglo a otras disposiciones específicas aplicables.

ARTÍCULO 3°.- SUJETOS RESPONSABLES.- Son responsables de las infracciones cometidas contra lo establecido en la presente ordenanza, las empresas publicitarias, los propietarios del bien donde se ubique el elemento publicitario, la persona natural o jurídica que hubiera solicitado u obtenido la autorización y el anunciante, según corresponda.

ARTÍCULO 4°.- ACTIVIDADES NO COMPRENDIDAS EN LA ORDENANZA.- No están comprendidas en las disposiciones de la presente ordenanza:

- La propaganda política electoral, que se regirá por la normatividad especial en la materia.
- Los elementos distintivos que identifican a las ambulancias médicas, vehículos del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú y todo vehículo de propiedad de las entidades públicas.
- Las señales de tránsito para vehículos y peatones, las señales de seguridad, la señalización o información de obras en la vía pública, información de interés público emitida por organismos públicos, así como las señales para facilitar la ubicación de lugares de interés turístico.
- Los anuncios informativos en general que no constituyan publicidad comercial.

5. Los anuncios no comerciales colocados en el interior de establecimientos que se limiten a indicar el horario de atención al público, precios, motivos de cierre temporal, traslado, etc. Dichos anuncios no deben hacer referencia alguna al establecimiento.
6. Los elementos para publicidad exterior que identifican templos, conventos y establecimientos similares de organizaciones religiosas de todas las denominaciones, así como de los centros de educación pública.
7. La información temporal de actividades religiosas, culturales, de recreación, de beneficencia o de deporte de aficionados.
8. Los anuncios referidos a medios de pago colocados en lugares visibles al ingreso de los locales. Se podrán ubicar en las ventanas de los locales solo si es de forma contigua e inmediata a la puerta de acceso principal del local, sin obstaculizar la visión de los transeúntes.
9. Las placas denominativas de profesionales que no sean mayores de un rectángulo de 20 cm por 30 cm.

ARTÍCULO 5º.- EXCEPCIONES A LA ORDENANZA.- Se encuentran exceptuados de obtener Autorización Municipal para la ubicación de elementos de publicidad exterior:

1. Anuncios en bienes de dominio privado referidos a venta o alquiler del inmueble que lo contiene.
2. Anuncios en bienes de dominio privado correspondientes a entidades públicas, organismos internacionales, templos, conventos y establecimientos similares de organizaciones religiosas de todas las denominaciones, así como los centros educativos en los siguientes casos:
 - a) Sólo aquéllos referidos al nombre de la institución y en una sola ubicación.
 - b) Información temporal sobre actividades religiosas, culturales, recreativas, deportivas, cívicas y benéficas; todas ellas de carácter no lucrativo.
 - c) La publicidad institucional de entidades públicas.

La de anuncios o avisos publicitarios está sujeta al cumplimiento de los parámetros establecidos en la presente ordenanza y a las acciones de fiscalización posterior que competen a la municipalidad, conforme lo dispuesto en la Ley N° 27444 - del Procedimiento Administrativo General, pudiendo, además, de ser el caso, imponer las sanciones que correspondan de no considerarse lo anteriormente señalado.

CAPÍTULO II.- OBJETO, FINALIDAD Y ÁMBITO

ARTÍCULO 6º.- OBJETO.- La presente ordenanza tiene por objeto aprobar un nuevo marco legal que regule en un solo texto, los aspectos técnicos y administrativos para la autorización y ubicación de elementos de publicidad exterior en el distrito de San Juan de Miraflores, facilitando su aplicación e interpretación, de tal manera que sea predecible para inversionistas, con sujeción a las disposiciones contenidas en la Ordenanza N° 2682-MML y observando los Lineamiento de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas del INDECOPI, sobre colocación de anuncios publicitarios, preservando la seguridad pública, ambiente urbano, zona monumental, y orden público, así como, la conservación, estética y mejora del ornato local.

ARTÍCULO 7º.- FINALIDAD.- Es la de conservar y preservar el patrimonio histórico, el ornato e imagen visual del distrito, la estética urbana y la calidad del paisaje; así como la de los vecinos, en la vía pública, de los predios urbanos, y de las áreas de dominio público.

ARTÍCULO 8º.- ÁMBITO DE APLICACIÓN.- Las disposiciones contenidas en la presente ordenanza son de obligatorio cumplimiento en la jurisdicción del distrito de San Juan de Miraflores, y para toda persona natural o jurídica de derecho público o privado que desee ubicar un elemento de exterior.

CAPÍTULO III.- BASE LEGAL

ARTÍCULO 9º.- BASE LEGAL.

- a. Constitución Política del Perú
- b. Ley N° 27972 - Orgánica de Municipalidades.
- c. TUO de la Ley N° 27444 - del Procedimiento Administrativo General, aprobado con el D.S. N°004-2019-JUS.
- d. Reglamento Nacional de Edificaciones, Decreto Supremo N°011-2006-VIVIENDA y modificatoria.
- e. Código Nacional de Electricidad.
- f. Resolución N° 0050-2024/CEB-INDECOPI, Lineamiento de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas sobre colocación de anuncios publicitarios.
- g. Ordenanza N° 2682-2024-MML, que regula la ubicación de elementos de publicidad exterior en la provincia de Lima.
- h. Ordenanza N° 535/MDSJM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) y la Estructura Orgánica de la Municipalidad Distrital de San Juan de Miraflores.
- i. Ordenanza N°437-2019-MDSJM, que aprueba el Régimen de Aplicación de Sanciones Administrativas (RAS) y el Cuadro Único de infracciones y Sanciones (CUI) de la municipalidad.

TÍTULO II.- ÓRGANOS COMPETENTES Y OBLIGACIONES

CAPÍTULO I.- COMPETENCIAS Y OBLIGACIONES

ARTÍCULO 10º.- FUNCIÓN DE LA MUNICIPALIDAD.

Corresponde a la Municipalidad Distrital de San Juan de Miraflores realizar las siguientes actividades:

1. Regular la ubicación de elementos de publicidad exterior dentro de la circunscripción distrital.
2. Autorizar la instalación de publicidad exterior conforme al siguiente detalle:
 - a. En bienes de dominio público de sus vías locales.
 - b. En el mobiliario urbano ubicado en sus vías locales.
 - c. En las áreas libres, retiros municipales y muros exteriores de los bienes de dominio privado ubicados en su circunscripción distrital, incluyendo aquéllas que colinden con el Sistema Vial Metropolitano, sin sobresalir los límites del predio, cumpliendo con parámetros establecidos en la presente ordenanza.
 - d. En establecimientos comerciales vinculados a la identificación y actividad económica.

3. Ejercer labores de fiscalización respecto a la ubicación de elementos de publicidad exterior en vías locales.
4. Disponer que el titular proceda a la reubicación de los elementos de publicidad exterior por causas no imputables al administrado, previo informe favorable de las unidades orgánicas correspondientes.
5. Resolver los recursos impugnatorios de los procedimientos administrativos que autoriza la ubicación de elementos de publicidad exterior en vías locales.
6. Celebrar convenios de cooperación con empresas privadas dedicadas a la actividad de elementos de publicidad exterior, con el objetivo de mejorar la infraestructura urbana y ornato en vías locales.

ARTÍCULO 11°.- UNIDADES ORGÁNICAS COMPETENTES.- Son competentes para conocer los procedimientos administrativos regulados en la presente ordenanza, los siguientes:

1. La Subgerencia de Comercialización y Promoción Empresarial:

- a. Resolver las solicitudes y emitir las Autorizaciones Municipales para la ubicación de elementos de publicidad exterior con sujeción a las disposiciones técnicas y administrativas establecidas en la presente ordenanza.
- b. Resolver en primera instancia los recursos impugnativos de reconsideración que se interpongan contra sus resoluciones.
- c. Mantener el registro actualizado de los elementos de publicidad exterior considerando para ello la ubicación, la clase o tipo, características técnicas, características físicas, identificación del propietario, el número de resolución de autorización y la fecha y caducidad de la misma.
- d. Proponer normas modificatorias y/o complementarias a la presente ordenanza.
- e. Proponer la celebración de convenios de cooperación con empresas privadas dedicadas a la actividad de elementos de publicidad exterior, para mejorar el ornato del distrito.

2. La Subgerencia de Fiscalización Administrativa y Sanciones Administrativas:

- a. Ejercer labores de fiscalización y control respecto a la ubicación y características de elementos de publicidad exterior de conformidad con las disposiciones contenidas en la presente ordenanza.
- b. Iniciar el procedimiento sancionador y aplicar el Reglamento de Sanciones Administrativas y el Cuadro Único de Infracciones y Sanciones vigente.

3. La Gerencia de Desarrollo Económico:

- a. Resolver los recursos de apelación interpuestos contra las resoluciones emitidas por la Subgerencia de Comercialización y Promoción Empresarial, agotándose con ello la vía administrativa.
- b. Conforme al T.U.O. de la Ley N°27444 es el superior jerárquico de la unidad orgánica que emitió el acto administrativo y el órgano encargado de resolver la nulidad de oficio.

4. La Gerencia de Desarrollo Urbano:

- a. Emitir informes técnicos a solicitud de la Subgerencia de Comercialización y Promoción Empresarial y Gerencia de Desarrollo Económico en los casos de apelaciones, revocatorias o nulidades, teniendo en consideración los plazos legales para la resolución del procedimiento.

5. La Gerencia Municipal:

- a. Revocar las autorizaciones emitidas por la Subgerencia de Comercialización y Promoción Empresarial, cuando se encuentren inmersas en las causales establecidas en la presente ordenanza.

ARTÍCULO 12°.- OBLIGACIONES DE LOS ADMINISTRADOS.- Son obligaciones del administrado:

1. Obtener la Autorización Municipal antes de la ubicación del elemento de publicidad exterior.
2. Mantener el elemento de publicidad exterior limpio y en buen estado de conservación, así como la fachada o paramento del inmueble que lo contiene.
3. Garantizar las condiciones de seguridad del elemento de publicidad exterior autorizado.
4. Mantener en el mismo lugar o ubicación, el elemento de publicidad exterior autorizado.
5. Cumplir con el uso y condiciones mediante las cuales se le otorgó la Autorización Municipal, siendo esta de carácter intransferible.
6. Colocar en un lugar visible la Autorización Municipal que contenga el número de Resolución de Subgerencia y el nombre del solicitante.
7. Respetar las disposiciones técnicas aplicadas en el elemento de publicidad exterior autorizado.
8. Obtener una nueva autorización cada vez que se modifiquen las características técnicas y/o estructurales del elemento de publicidad exterior, tales como: medidas, tipo, ubicación, material, forma, entre otros.
9. No promover o incitar con el elemento de publicidad exterior, cuyo contenido esté referido a prácticas o actos discriminatorios.
10. Comunicar a la autoridad municipal el cambio de leyenda del elemento de publicidad exterior. Para letras recortadas no opera el cambio de leyenda.
11. Asegurar que la base eléctrica del elemento de publicidad exterior de tipo especial o luminoso a ser ubicado en un bien de dominio público, posea un sistema automático de encendido y apagado, respetando los horarios establecidos por autoridad municipal.
12. Retirar o desmontar los elementos publicitarios cuya autorización haya perdido vigencia en el término máximo de cuarenta y ocho (48) horas.
13. Brindar las facilidades del caso a la autoridad municipal para fiscalizar correctamente el elemento de publicidad exterior.
14. Acatar las disposiciones municipales para modificación y/o reubicación de la publicidad exterior u otros cambios requeridos por motivos de ornato, por encontrarse en mal estado, entre otros.

TÍTULO III.- DEFINICIONES Y CLASIFICACIÓN

CAPÍTULO I.- DEFINICIONES

ARTÍCULO 13°.- DEFINICIONES.- Para mejor entendimiento y uniformidad de criterios en la aplicación de la presente ordenanza, se consideran las siguientes definiciones:

1. **Adosar:** Colocar una cosa contigua o apoyada a otra.
2. **Adherir:** Pegar o unir algo a otra cosa, generalmente utilizando una sustancia. Es el paramento correspondiente a la parte baja de la ventana.
3. **Alféizar:** Es el paramento correspondiente a la parte baja de la ventana.
4. **Altura de edificación:** Es la medida vertical de una edificación.
5. **Ambiente urbano monumental:** Espacios urbanos (plazas, plazuelas, calles, etc.) cuya fisonomía y elementos por poseer valor urbanístico de conjunto, deben conservarse total o parcialmente.
6. **Anunciante:** Es la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se elabora un mensaje publicitario.
7. **Área de exhibición del elemento de publicidad exterior:** Es la superficie expresada en metros cuadrados que ocupa el mensaje publicitario en el anuncio o aviso publicitario. El área se obtiene al delimitar por un rectángulo imaginario el espacio que englobe todo el mensaje publicitario.
8. **Arquitecto(a):** Profesional especializado en arquitectura encargado de proyectar y diseñar edificaciones u otros elementos de infraestructura según reglas, normas, técnicas y estéticas determinadas por ley.
9. **Autorización Municipal:** Es el documento que se expresa mediante resolución y un certificado que otorga la autoridad municipal competente, a las personas naturales o jurídicas que soliciten la ubicación de elementos de publicidad exterior de conformidad a lo dispuesto por la presente ordenanza.
10. **Azotea:** Nivel accesible que se ubica encima del techo del último piso
11. **Berma:** Espacio físico o franja longitudinal, paralela y adyacente a la superficie de rodadura de carretera, utilizada como zona de seguridad para el estacionamiento de vehículos en caso de emergencia.
12. **Bienes de dominio privado:** Son los bienes destinados al uso o fines particulares o privados, independientemente de quien sea su propietario.
13. **Bienes de dominio público:** Son aquellos bienes de aprovechamiento o utilización pública que sirven para la prestación de cualquier servicio público, tales como los edificios e instalaciones, parques, plazas, malecones, acantilados, bosques, intercambios viales, puentes, túneles, así como sus elementos constitutivos como aceras, bermas, calzadas, jardines, separadores y similares, así como el mobiliario urbano destinado en favor de la ciudadanía.
14. **Campaña publicitaria:** Es la promoción de un producto, bien o servicio realizado por un periodo determinado
15. **Canopy:** Estructura autoportante, compuesto generalmente por elementos metálicos, cuyas bases se encuentran ancladas o cimentadas al suelo del predio y su cobertura es de material liviano; la misma que forma parte de las obras o instalaciones autorizadas en grifos o estaciones de servicio.
16. **Cerco:** Elemento de cierre que delimita una propiedad o dos espacios abiertos; puede ser opaco o transparente.
17. **Concedente:** Es quien otorga una concesión a una entidad pública y/o privada.
18. **Contaminación visual:** Es el fenómeno mediante el cual se ocasionan impactos negativos en la percepción visual por el abuso de ciertos elementos que alteran la estética o la imagen del paisaje urbano y que generan una saturación visual alterando el ornato local, tránsito y en general el orden para una ciudad. Los elementos de publicidad exterior no provocan contaminación visual por sí mismas, pero cuando se ubican de manera aglomerada o se instalan de manera indiscriminada, sin autorización, en cuanto a tamaño, distribución y cantidad, se convierten en agentes contaminantes.
19. **Contaminación lumínica:** Efecto que se produce en forma de iluminación del fondo del cielo nocturno, perjudicando gravemente su calidad, a causa de una mala dirección y una potencia excesiva de las luminarias.
20. **Cruce peatonal:** Zona transversal al eje de una vía, destinada al cruce o paso de peatones.
21. **Derecho por el aprovechamiento de un bien de dominio público:** Es la tasa que se genera por el uso y/o aprovechamiento de un bien de dominio público realizado por una persona natural o jurídica en provecho propio, ya sea que exista una contraprestación pecuniaria o no, por la ubicación de un elemento de publicidad exterior.
22. **Edificación:** Obra de carácter permanente, cuyo destino es albergar actividades humanas. Comprende las instalaciones fijas y complementarias y adscritas a ella.
23. **Elemento de Publicidad Exterior (EPE):** Es el medio por el cual se transmite el aviso, anuncio, letrero o mensaje publicitario, mediante señales, textos, leyendas u otra forma de representación visual gráfica, que se ubica directamente en fachadas o por medio de estructuras u objetos especiales, que colocan, instalan, adosan, grafican o adhieren en bienes de dominio privado, público o mobiliario urbano, de modo tal que sean visibles desde la vía pública, y mediante el cual se difunde, promueve o identifica a las marcas, denominaciones, servicios o actividades de carácter profesional, comercial, financiera e industrial, bienes expresiones religiosas y organizaciones sociales, instituciones públicas o privadas nacionales e internacionales.
24. **Elemento fijo:** Es el elemento de publicidad exterior que se encuentra ubicado en un bien de dominio privado, público o de servicio, y que por las características que presenta no puede ser desplazado.
25. **Elemento peligroso o riesgoso:** Cualquier elemento que, por su permanencia, sus características físicas o de colocación, pongan en peligro la vida, la integridad física de las personas, representen riesgo para éstas o sus bienes en cualquier circunstancia o que causen un deterioro al medio ambiente, así como aquéllos que no cumplen con las especificaciones técnicas y de seguridad establecidas en el Reglamento Nacional de Edificaciones y demás normas técnicas.
26. **Estudio mecánico de suelos:** Todo documento elaborado y suscrito por un ingeniero civil especializado en mecánica de suelos, mediante el cual se determina la resistencia de tierra, previo a la construcción y/o retiro de edificaciones y soportes de los elementos de publicidad exterior; la misma que sirve como base para determinación del tipo de cimentación a usarse.
27. **Fachada o paramento:** Pared exterior de una edificación con vista frontal, lateral o posterior.
28. **Faja de servidumbre:** Es la proyección sobre el suelo de la faja que ocupa los conductores eléctricos, seguida de la distancia de seguridad, según lo señalado en el Código Nacional de Electricidad, o la norma que lo sustituya.
29. **Fotomontaje o posicionamiento virtual:** Es el arte o diseño gráfico que resulta de combinar el diseño del aviso publicitario y la fotografía de la ubicación propuesta, simulando cómo se vería el aviso publicitario en la ubicación propuesta.
30. **Intercambio vial:** Zona en la que dos o más carreteras se cruzan a distinto nivel, para el desarrollo de todo movimiento posible de cambio de dirección de una carretera a otra, con o sin interrupciones en el tráfico vehicular
31. **Informe técnico de publicidad exterior:** Documento emitido por la Subgerencia de Comercialización y Promoción Empresarial o la que haga sus veces, que sustenta y consigna el resultado de la evaluación técnica realizada a las solicitudes de autorización de elementos de publicidad exterior, en cumplimiento de lo establecido en la presente ordenanza.
32. **Isla peatonal:** Área situada entre los carriles de circulación, destinada para el control de las corrientes del tránsito en sus diferentes movimientos; sirve como refugio de los peatones
33. **Led:** Diodo semiconductor que emite luz cuando se le aplica tensión o corriente.
34. **Lados del vehículo:** Son ubicaciones que comprende la unidad móvil en sus lados derecho e izquierdo, frontal, posterior y techo, estando como referencia el punto de visión del conductor
35. **Leyenda:** Todo mensaje que se desea transmitir al público, pudiendo ser de forma textual, gráfica o mixta.
36. **Mensaje publicitario:** Es el texto, leyenda o forma de representación visual gráfica que utiliza una persona natural o jurídica, pública o privada, en ejercicio de una actividad determinada y legalmente reconocida, con la finalidad de divulgar,

difundir, promocionar o identificar marcas, denominaciones, actividades profesionales, servicios comerciales, mercantiles o industriales, bienes, productos, derechos, obligaciones, expresiones religiosas y organizaciones sociales, instituciones privadas, públicas, gubernamentales e internacionales. Se incluyen en esta definición las denominaciones y razones sociales de carácter privado.

37. Memoria descriptiva: Toda descripción del proyecto del elemento de publicidad exterior que contiene: introducción, antecedentes, ubicación, especificaciones técnicas, material predominante, número de caras, leyenda, descripción del entorno urbano, medidas de seguridad, tolerancias, mantenimiento, entre otros similares. El contenido de la memoria descriptiva está sujeto según el tipo de elemento de publicidad exterior, la misma que es elaborada por un arquitecto, ingeniero civil, ingeniero electricista o ingeniero mecánico-eléctrico.

38. Mobiliario urbano: Aquella estructura o elemento instalado en bienes de dominio público, destinado a prestar un determinado servicio a la comunidad, explotado directamente o por concesión, tales como paraderos de transporte público, bancas, cabinas telefónicas, papeleras, buzones, servicios higiénicos, elementos de información horaria y/o de temperatura, postes de alumbrado público y telefonía y similares.

39. Monumento histórico: Es aquel bien que, por su importancia, valor y significado arquitectónico, histórico, artístico, social, tradicional, religioso, científico, tecnológico o intelectual, ha sido declarado como tal, o que exista sobre él la presunción legal de serlo. Dichos bienes tienen la condición de propiedad pública o privada con las limitaciones que establecen las leyes correspondientes.

40. Ornato: Conjunto de elementos arquitectónicos y artísticos que guardan armonía estética entre sí y dentro del espacio urbano, dándole realce, belleza e identidad.

41. Óvalo o rotonda: Toda intersección de forma de anillo (circular u oval) que une tramos de carreteras.

42. Parque: Todo espacio público destinado a la recreación donde predomina las áreas verdes naturales.

43. Paso a desnivel: Cruce a diferentes niveles (hacia abajo o hacia arriba) entre dos o más carreteras, líneas férreas, o la combinación entre ambas, conocidas como BYPASS.

44. Pantalla led: Dispositivo electrónico conformado por LEDs, Diodo semiconductor que emite luz cuando se le aplica tensión o corriente y que puede desplegar datos, información, imágenes y videos.

45. Pista o calzada: Parte de la carretera destinada a la circulación de vehículos compuesta por uno o más carriles.

46. Propietario o titular del elemento de publicidad exterior: Toda persona natural o jurídica a nombre de quien se ha emitido la autorización municipal para la instalación del elemento de publicidad exterior; es el titular de la autorización.

47. Retiro municipal: Es la distancia mínima oficial que debe existir entre el límite de propiedad y el límite de la edificación de acuerdo a las normas de zonificación y a los parámetros urbanísticos vigentes.

48. Seguro de responsabilidad civil: Es el contrato celebrado con la compañía aseguradora, que otorga un monto de indemnización al asegurado por los daños y perjuicios que el elemento de publicidad exterior pueda generar a terceros.

49. Separador: Todo componente vial ubicado longitudinalmente para separar el tránsito vehicular, el mismo que impide el paso de vehículos entre calzadas.

50. Talud: Inclinación de diseño derivada del terreno lateral de la carretera que se encuentra compuesta de tierra.

51. Toldo: Estructura o armazón recubierta de tela u otro material similar que se sostiene en los paramentos de los inmuebles, que vuela sobre vía pública o retiro municipal, y que puede o no incluir elementos de publicidad exterior.

51. Ubicación de elemento de publicidad exterior: Es el lugar autorizado por la autoridad municipal para la instalación, pegado o adosado del elemento de publicidad en un bien predeterminado, sea en un elemento fijo o móvil.

52. Vereda: Parte pavimentada de una vía de uso para la circulación de personas.

53. Vía: Espacio destinado al tránsito de vehículos y/o personas.

54. Vías expresas: Aquéllas que forman parte del Sistema Nacional de Carreteras, que cruzan el Área Metropolitana de Lima - Callao, y se vinculan con el resto del país.

55. Vías arteriales: Aquéllas que llevan el tránsito vehicular entre áreas principales y a velocidades medias de circulación.

56. Vías colectoras: Aquéllas cuya función es llevar el tránsito vehicular desde un sector urbano hacia las vías arteriales o expresas.

57. Vías locales: Aquellas vías cuya función es proveer el acceso a los predios.

58. Zona monumental: Área urbana en la que se localizan construcciones o vestigios que poseen valor cultural, artístico, arquitectónico o histórico que es preciso conservar, preservar y restaurar porque en ella se encuentra un número apreciable de monumentos o ambientes monumentales o de valor monumental supervisados por el Ministerio de Cultura, y se encuentra regulada por la Ordenanza N° 343-MML.

CAPÍTULO II.- CLASIFICACIÓN

ARTÍCULO 14°.- CLASIFICACIÓN FÍSICA DE LOS ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR.

Los elementos de publicidad exterior, por sus características físicas y forma, se clasifican en:

1. Afiche, poster o cartel: Es el elemento de publicidad exterior cuyo mensaje es impreso en una superficie laminar de papel, cartón o material similar, que se adhiere a un paramento o cartelera.

2. Aviso ecológico: Es el elemento de publicidad exterior cuyo mensaje es elaborado con elementos orgánicos o inorgánicos en estado natural, implantados en áreas verdes, jardines, taludes, lomas o laderas de cerros.

3. Banderolas: Son de naturaleza temporal, cuya leyenda es impreso o pegado sobre tela, lona plastificada u otro material similar y que se sujeta de sus extremos o de algún otro elemento que lo sostenga, que no necesita estructura propia para su exhibición, a instalar sobre paramento exterior de fachada. Asimismo, toda la banderola que atravesase de un extremo a otro de una vía en forma transversal, es considerada como pasacalle. Se definen tres tipos:

- Banderola propiamente dicha, que mide hasta 16.00 m² de área o 2.00 m. de ancho.
- Gigantografía, cuando su área de exhibición es mayor a 16 m².
- Pasacalle, es la banderola que atraviesa una vía pública y generalmente está sujeta por sus extremos.

4. Cajas de luz o back light: Es el elemento de publicidad exterior que lleva instalado el afiche, poster o cartel que es iluminado desde el interior por una fuente de luz artificial.

5. Cartelera: Es el elemento de publicidad exterior fijo de superficie plana que se adosa a un paramento con la finalidad de instalar afiches o carteles de propiedad municipal.

6. Escaparate: Ventana u hornacina con cierre transparente, ubicado en los paramentos de los locales comerciales, que sirve para exponer mercancías y exhibir anuncios o avisos publicitarios.

7. Globo aerostático anclado: Es el elemento de publicidad exterior de material flexible, de forma más o menos esférica, llena de un gas de menor densidad que el aire y que se sujeta a una superficie fija. Esta definición incluye a elementos de otras formas y que son inflados con aire.

8. Inflable publicitario: Es elemento de publicidad exterior de naturaleza temporal, cuyo mensaje se presenta en material flexible, de formas distintas y con un sistema de llenado de aire a presión, pudiendo ser continuo o sellado, la misma que está sujeta a una superficie fija a nivel del suelo para su sostenimiento.

9. Letras recortadas: Es el elemento de publicidad exterior constituido por letras, números o símbolos independientes entre sí, que se adosan a los paramentos de una edificación y que forman una leyenda, sin impedir que se distingan los elementos arquitectónicos de la misma.

10. Letrero: Es el elemento de publicidad exterior que cuenta con una estructura sencilla a ser instalada directamente a un paramento.

11. Paleta publicitaria: Todo elemento cuyas dimensiones o medidas no son mayores a la de 1.80 m. de altura por 1.20 m. de ancho con 0.35 m. de espesor, el cual incluye su estructura para su sostenimiento o soporte, siendo elaboradas de uno (1) o de dos (2) caras.

12. Panel simple: Es el anuncio o aviso publicitario autoportante o sostenido en uno o más parantes y que no cuenta con elementos de iluminación en su interior.

13. Panel monumental: Es el elemento de publicidad exterior que contiene un anuncio o aviso publicitario que requiere de una estructura especial que se sostiene en dos o más puntos de apoyo. Dicha estructura se construye de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento Nacional de Edificaciones y las normas técnicas aplicables.

14. Panel monumental unipolar: Es el panel que cuenta con una o más caras y es sostenido en un solo punto de apoyo.

15. Placa: Es la lámina o plancha superpuesta a la superficie de un paramento o fachada, con dimensiones no mayores a 20 cm por 30 cm, con espesor máximo de 15 mm.

16. Plancheta publicitaria o flange: Es el elemento simple, sin iluminación, que se coloca perpendicularmente a un paramento de material plástico, metal o similar, con dimensiones máximas de 30 cm x 30 cm y espesor máximo de 5 mm.

17. Tipo bandera: Es el elemento de publicidad exterior de una o dos caras instalado en la fachada de los inmuebles de forma perpendicular a ésta.

18. Torre publicitaria (tótem): Toda estructura autoportante, ubicada verticalmente, con una dimensión máxima de 2 m. de ancho y 15 m. de alto, que presenta hasta dos (02) caras.

19. Vallas: Elemento cuyas características son iguales a las de una cartelera, pero que es de propiedad privada y sólo puede ser instalada en los cercos.

20. Volante (flyer), trípticos y folletos: Son papeles impresos que se distribuyen directamente de mano en mano a las personas en las calles y en el cual se anuncia o publicita algo. Su mensaje es breve y conciso. Son típicamente usados por personas naturales y/o jurídicas para promover información, ideas, productos y/o servicios.

21. Volumétrico: Es el elemento de publicidad exterior que contiene un anuncio o aviso publicitario conformado por objetos o volúmenes como parte del mensaje publicitario.

ARTÍCULO 15º.- CLASIFICACIÓN TÉCNICA DE LOS ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- Los anuncios o avisos publicitarios por sus características técnicas de exhibición del anuncio, se clasifican en:

1. De proyección: Son aquéllos que se efectúan mediante el empleo de rayos de luz emitidos por equipos de proyección en determinadas superficies sólidas, líquidas o gaseosas, sea en la vía pública, en las zonas exteriores de la propiedad privada o en recintos cerrados.

2. Especiales: Es el anuncio o aviso publicitario que emite publicidad mediante medios mecánicos, eléctricos o electrónicos.

3. Electrónico: Es aquél que comunica información por medio de texto pasante o imágenes en tiempo real, a través una pantalla compuesta de LEDs.

4. Iluminados: Cuando uno o más elementos de iluminación se encuentran en el exterior de su estructura. Dentro de este grupo se encuentran también los anuncios retroiluminados (cuando la luz se coloque por la parte posterior del anuncio).

5. Luminosos: Cuando el anuncio o aviso publicitario en sí tiene iluminación propia (luz de neón) o cuando uno o más elementos de iluminación se encuentran en el interior de su estructura.

6. Sencillos: Aquéllos que se definen solamente por sus características de apariencia y forma y no poseen ningún tipo de iluminación artificial.

TÍTULO IV.- PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS DE AUTORIZACIÓN PARA LA UBICACIÓN DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR

CAPÍTULO I.- DE LA AUTORIZACIÓN

ARTÍCULO 16º.- AUTORIZACIÓN MUNICIPAL DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- Es el documento otorgado por la Subgerencia de Comercialización y Promoción Empresarial o la que haga de sus veces, a través de la emisión de un acto administrativo, que se encuentra sujeto al cumplimiento de las disposiciones establecidas en el Texto Único Ordenado (TUO) de la Ley N° 27444 - del Procedimiento Administrativo General, aprobado por el Decreto Supremo N° 004-2019-JUS o la norma que la sustituya, a las personas naturales o jurídicas que están obligadas a solicitarla de conformidad con las presentes disposiciones. Tal autorización es personal e intransferible.

No podrán instalarse anuncios o avisos publicitarios sin cumplir con las disposiciones técnicas de la presente ordenanza. La autorización surte sus efectos jurídicos desde la fecha de emisión, independientemente de la fecha de su notificación y se materializa con la correspondiente resolución.

La Subgerencia de Comercialización y Promoción Empresarial emitirá la Autorización Municipal para la ubicación de elementos de publicidad exterior, al solicitante, su representante legal o apoderado, debidamente acreditado, en las plataformas de atención al público del área.

ARTÍCULO 17º.- PLAZO PARA EL OTORGAMIENTO DE AUTORIZACIÓN.- La Subgerencia de Comercialización y Promoción Empresarial debe expedir la autorización de ubicación de elementos de publicidad exterior dentro de un plazo no mayor a treinta (30) días hábiles, contados a partir del día siguiente de la fecha de presentación del expediente, siempre y cuando contenga todos los requisitos completos compilados en el Texto Único de Procedimientos Administrativos de la municipalidad. En el caso de solicitudes de Autorización Municipal para elementos de publicidad exterior por campaña, el plazo para resolver es de diez (10) días hábiles, contados a partir de la fecha de presentación de los requisitos completos.

ARTÍCULO 18º.- CLASIFICACIÓN Y APLICACIÓN DEL SILENCIO ADMINISTRATIVO.- Las solicitudes de autorización de ubicación de elementos de publicidad exterior ubicados en bienes de dominio privado son procedimientos administrativos de evaluación previa; se aplicará el silencio administrativo positivo, es decir, vencido el plazo establecido en el artículo 17º de la presente norma, se considerará otorgada la autorización, quedando sujeto el administrado, en caso de fiscalización posterior, para hacer efectivo su derecho, solo presentar el cargo debidamente sellado con la recepción correspondiente, el cual constituye la autorización.

Para los casos de elementos de publicidad exterior ubicados en bienes de dominio público o que invadan sus aires o que se proyecten sobre ellos, dado que afectan igualmente el interés público vecinal por una incidencia significativa en el medio ambiente y la seguridad ciudadana; operará el silencio administrativo negativo.

ARTÍCULO 19°.- VIGENCIA DE LA AUTORIZACIÓN.- La vigencia de las autorizaciones de los elementos de publicidad exterior en bienes de dominio privado está vinculada a la vigencia de la Licencia de Funcionamiento del establecimiento en donde se ubican, siempre y cuando permanezcan las condiciones que fueran evaluadas para el otorgamiento de dicha autorización, a excepción de aquellos elementos de publicidad exterior que tienen la condición de temporal. La pérdida de la vigencia, por cualquier causa, de la Licencia de Funcionamiento, determina de manera automática la pérdida de la vigencia de la Autorización Municipal para la ubicación de elementos de publicidad exterior.

La vigencia de la Autorización Municipal para la ubicación de elementos de publicidad exterior, vinculada a la Licencia de Funcionamiento, es la que se otorgará cuando corresponda a un anuncio adosado a la fachada (letreros, letras recortadas, placas y toldos) y con referencia a la identificación del establecimiento, razón social, nombre comercial o actividad económica, será la misma que la de la Licencia de Funcionamiento, a excepción de aquellos elementos de publicidad exterior que tienen la condición de temporal. La vigencia de la Autorización Municipal de elementos de publicidad exterior por campaña se otorgará, previa evaluación del Formato Solicitud Declaración Jurada, consignado por el solicitante, señalando el número de días calendarios, los que empezarán a regir desde la fecha de emisión de la Autorización.

La vigencia de la Autorización Municipal para la ubicación de elementos de publicidad exterior en bienes de dominio público será de un (01) año, prorrogable, siempre y cuando permanezcan las mismas condiciones que fueron evaluadas para el otorgamiento de dicha autorización, a excepción de aquellos anuncios y avisos publicitarios que tienen la condición de temporal, tales como banderolas, inflables publicitarios de campañas o eventos temporales.

Lo mismo sucederá sobre la vigencia de la Autorización Municipal para elementos de publicidad exterior tipo Monumentales, Unipolares, Vallas Publicitarias, aquéllos que cuenten con sistema de iluminación LED y otros innovadores que se encuentren ubicados, por ubicarse, según sea el caso, previo convenio con la municipalidad; además de cumplir con lo establecido en el TÍTULO VI "CONVENIO DE COOPERACION".

ARTÍCULO 20°.- DERECHO DE TRAMITACIÓN.- Las evaluaciones del procedimiento administrativo de Autorización Municipal para la ubicación de elementos de publicidad exterior serán de duración prorrogable, por campaña o para cesionarios, y la emisión del acto administrativo generan costos que serán de cuenta del administrado, costo por el servicio de calificación y emisión de la autorización, el cual se encuentra señalado en el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA) de la municipalidad

ARTÍCULO 21°.- CADUCIDAD DE LA AUTORIZACIÓN.- En el caso de ampliación de las vías o construcción de infraestructura, la autorización para la ubicación de anuncios y avisos publicitarios caducará en forma automática, sin derecho de compensación alguna por parte de la municipalidad. En consecuencia, el titular de la autorización, en un plazo no mayor de quince (15) días hábiles, luego de recibida la comunicación de la municipalidad, deberá retirar dicho elemento autorizado, así como todos sus componentes, tales como estructuras, cables, zapatas, soportes, área de exhibición y los resanes correspondientes en la vía o en los paramentos del inmueble.

ARTÍCULO 22°.- DERECHOS INTRANSFERIBLES.- La autorización otorgada para la ubicación de elementos de publicidad exterior tiene la condición de intransferible; por lo tanto, no es susceptible de ser transferido.

ARTÍCULO 23°.- DERECHO DE PROPIEDAD.- La autorización de un elemento de publicidad exterior no otorga derecho de propiedad respecto de la ubicación en el bien del dominio público. Asimismo, no podrán ser invocadas para excluir o disminuir las responsabilidades civiles o penales en las que hubiera incurrido el anunciante o el propietario del elemento de publicidad exterior en el ejercicio de su actividad.

ARTÍCULO 24°.- UBICACIÓN DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN MONUMENTOS HISTÓRICOS, DE VALOR MONUMENTAL, INTEGRANTE DEL AMBIENTE URBANO MONUMENTAL O DE LA ZONA MONUMENTAL.- Los elementos de publicidad exterior vinculados con la identificación y actividad económica a ser ubicados en los inmuebles declarados como monumentos históricos, de valor monumental, o integrante del ambiente urbano monumental o de zona monumental y demás inmuebles, deberán solicitar la aprobación de la propuesta del elemento de publicidad exterior a la Dirección de Patrimonio Histórico Inmueble del Ministerio de Cultura. Estos deberán ser de letras recortadas, en color negro, de una sola cara, adosados a la fachada, no luminosos y sin ninguna estructura que afecte las características arquitectónicas de inmueble, y no deberán llevar publicidad, entre otras consideraciones.

Para identificar a un monumento se debe utilizar el símbolo que rige internacionalmente, determinado en la Convención de La Haya en 1954, bajo el auspicio de la UNESCO, conforme a lo establecido en el artículo 168° de la Ordenanza N° 062-MML.

ARTÍCULO 25°.- AUTORIZACIÓN MUNICIPAL PARA CESIONARIOS.- Los cesionarios podrán solicitar Autorización Municipal para la ubicación de anuncios como letreros, letras recortadas, placas y toldos, siempre que cuenten con autorización expresa del titular de la Licencia de Funcionamiento principal, a cuyo anuncio, de contar con uno, deberá integrarse la leyenda, el nombre o actividad autorizada para el cesionario, conformando un solo elemento de publicidad.

ARTÍCULO 26°.- AUTORIZACIÓN MUNICIPAL POR CAMPAÑA.- La Autorización Municipal de elementos de publicidad exterior por campaña se otorga para la exhibición de elementos publicitarios no fijos, de naturaleza temporal, por campaña o eventos de duración determinada. Comprende la autorización para la instalación de banderolas en sus diferentes tipos, elementos volumétricos, globos aerostáticos, así como elementos de exhibición de productos como vitrinas y escaparates.

ARTÍCULO 27°.- CONTENIDO DEL ELEMENTO DE PUBLICIDAD.- El contenido de un mensaje publicitario comprende tanto lo que se dice, como la forma en que se presenta. No compete a la municipalidad normar o intervenir en cuanto al contenido de los anuncios y avisos publicitarios, el mismo que es regulado por INDECOPI.

El mensaje publicitario deberá tener en cuenta lo siguiente:

- a. Deberá ser respetuoso respecto a la dignidad y condición humana, y de los valores sociales y nacionales.
- b. Deberá ser contrario a cualquier tipo de ofensa, menosprecio o discriminación hacia persona alguna por razones de raza, sexo, condición social, religión, nivel cultural, situación económica o defecto físico.

ARTÍCULO 28°.- DERECHO POR EL APROVECHAMIENTO DE UN BIEN PÚBLICO.- Con la instalación de un elemento de publicidad exterior en un bien público, se genera un hecho imponible, debido al aprovechamiento del bien público en relación a su uso, ocupación, ubicación y duración por el tiempo que permanezca el/los elemento/s de publicidad exterior:

y el monto de la tasa a cobrar se registrá de acuerdo a lo establecido en el artículo 66° de la presente norma, concordante con lo precisado en el lineamiento III de la Resolución N° 0050-2024/CEB-INDECOPI.

CAPÍTULO II.- DEL CESE, DUPLICADO, NULIDAD, REVOCATORIA Y RETIRO

ARTÍCULO 29°.- CESE DE LA AUTORIZACIÓN MUNICIPAL.

1. Para el cese de la autorización de ubicación de elementos de publicidad exterior, el titular deberá presentar un documento simple. Este procedimiento está sujeto a la aprobación automática y es gratuito, opera desde el momento de su presentación, debiendo acreditar el retiro del anuncio.
2. La comunicación del cese también podrá ser solicitada por un tercero con legítimo interés, el cual deberá acreditar su actuación ante la municipalidad. Esta solicitud es de evaluación previa.
3. En el caso de los elementos de publicidad exterior ubicados en bienes de dominio público, deberán realizar el retiro de todos los componentes del elemento de publicidad exterior, incluyendo las zapatas; caso contrario serán pasibles del inicio de acciones administrativas sancionadoras o judiciales.
4. La solicitud de cese de autorización del elemento de publicidad exterior será admitida de forma automática, sin perjuicio de continuar con la cobranza de la deuda generada pendiente por el uso del aprovechamiento de un bien de dominio público.

ARTÍCULO 30°.- DUPLICADO DE LA AUTORIZACIÓN MUNICIPAL.- En caso de pérdida o deterioro de la Autorización Municipal se podrá solicitar un duplicado presentando los siguientes requisitos:

- a. Documento simple de solicitud.
- b. En caso de representación de personas jurídicas, copia simple de la vigencia de poder del representante legal.
- c. pago por derecho de trámite.

ARTÍCULO 31°.- REVISIÓN DE LOS ACTOS Y NULIDAD DE LA AUTORIZACIÓN MUNICIPAL.- Las resoluciones que expida la Subgerencia de Comercialización y Promoción Empresarial, o la que haga sus veces, respecto a las solicitudes para la ubicación de elementos de publicidad exterior, podrán ser impugnadas conforme a las disposiciones del TUO de la Ley N° 27444 - del Procedimiento Administrativo General, aprobado con el Decreto Supremo N° 004-2019-JUS. Constituyéndose como segunda instancia para su evaluación, la Gerencia de Desarrollo Económico, con la cual quedará agotada la vía administrativa.

El acto administrativo que otorga autorización para la ubicación de elementos de publicidad exterior queda sujeto a la revisión de oficio, siendo pasible de declararse la nulidad o revocatoria del mismo, conforme a las disposiciones del Decreto Supremo N° 004-2019-JUS.

Son causales de nulidad de oficio de las autorizaciones reguladas en la presente ordenanza, las siguientes:

- a. Las establecidas en el artículo 10° del TUO de la Ley N° 27444 - del Procedimiento Administrativo General, aprobado mediante Decreto Supremo N° 004-2019-JUS o norma que lo modifique o sustituya.
- b. El incumplimiento de las condiciones de seguridad para procedimientos de autorización de anuncios publicitarios.
- c. El incumplimiento o falsedad de lo señalado en la declaración jurada presentada para solicitar la licencia de funcionamiento y demás actos administrativos emitidos, la misma que será validada en fiscalización posterior por la municipalidad, al amparo de lo dispuesto por el numeral 34.3 del artículo 34° del TUO de la Ley N° 27444 - del Procedimiento Administrativo General, aprobado mediante Decreto Supremo N° 004-2019-JUS o norma que lo modifique o sustituya.

Lo mismo procede con la presentación de toda documentación o declaración falsa por el administrado en las solicitudes de autorizaciones.

Conforme al TUO de la Ley N° 27444, es el superior jerárquico de la unidad orgánica que emitió el acto administrativo, el órgano encargado de resolver la nulidad de oficio.

ARTÍCULO 32°.- REVOCATORIA DE LA AUTORIZACIÓN.- La municipalidad, a través de sus instancias competentes, podrá revocar las autorizaciones reguladas en la presente ordenanza en los siguientes casos:

1. Cuando verifique la desaparición de cualquiera de las condiciones exigidas legalmente para el otorgamiento de la Autorización Municipal o cuando su titular incumpla alguna de las condiciones establecidas en tal autorización.
2. Cuando el anuncio o aviso publicitario constituya peligro o riesgo para la seguridad de las personas, la propiedad privada o la seguridad pública, o se infrinjan las normas reglamentarias de seguridad del Sistema de Seguridad en Defensa Civil y Edificaciones.
3. Cuando se detecte alguna variación en la ubicación o características del elemento publicitario autorizado, sin perjuicio de la imposición de las sanciones contempladas en el Reglamento de Aplicación de Sanciones Administrativas.
4. Cuando se haya consignado datos falsos en la información, formularios u otros documentos presentados para la obtención de la autorización.
5. En los casos de impedimentos y/o resistencia a los procedimientos de control de fiscalización posterior, materia de autorización.
6. Cuando así lo disponga la autoridad judicial competente.
7. Cuando la Subgerencia de Fiscalización y Sanciones Administrativas o la que haga sus veces, lo solicite como medida complementaria.
8. Cuando haya queja debidamente acreditada de vecinos.
9. Cuando el solicitante incumpla una o más de las obligaciones contenidas en el artículo 12° de la presente ordenanza.
10. Las establecidas en el artículo 214° del TUO de la Ley N° 27444 - del Procedimiento Administrativo General, o norma que lo modifique o sustituya.

ARTÍCULO 33°.- RETIRO DE LOS ANUNCIOS PUBLICITARIOS- La municipalidad podrá disponer el retiro de publicidad exterior cuando por razones de seguridad resulte necesario. Para ello se debe contar con informe técnico de la Subgerencia de Gestión del Riesgo de Desastres, que ponga de manifiesto su peligrosidad.

CAPÍTULO III.- REQUISITOS

ARTÍCULO 34°.- REQUISITOS GENERALES PARA SOLICITAR AUTORIZACIÓN MUNICIPAL PARA LA UBICACIÓN DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR- Los requisitos generales para el otorgamiento de la autorización son:

1. El formato de solicitud (declaración jurada) que contiene los siguientes datos:

- a. La identificación del solicitante (DNI o RUC).
- b. Cuando la solicitud sea presentada por persona distinta al propietario del bien de dominio privado, se tiene que presentar el documento que autorice la ubicación del elemento publicidad exterior debidamente suscrita por el propietario.
- c. El número del recibo de pago por derecho de trámite.

2. Documentos adjuntos:

- a. El arte o diseño del elemento de publicidad exterior, que incluya sus detalles y dimensiones, además del área o espacio destinado para el número de la autorización
- b. Las fotografías actuales donde se pretende ubicar el elemento de publicidad exterior donde se aprecie su entorno urbano.
- c. El fotomontaje (por cada cara) o posicionamiento virtual de la ubicación del elemento de publicidad exterior, donde se aprecie su entorno urbano; para el caso de las unidades móviles, presentar sus fotografías donde se visualicen sus lados.

3. En el caso de personas jurídicas u otros entes colectivos, Declaración Jurada del representante legal o apoderado señalando que su poder se encuentra vigente, consignando el número de partida electrónica y asiento de inscripción en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP).

4. Carta poder simple firmada por el representante legal de una persona jurídica, siempre y cuando el trámite a gestionarse sea realizado por un tercero.

5. La declaración jurada de conservación y mantenimiento de los elementos de publicidad exterior, en caso sea autorizado. De igual manera, el compromiso de retirar de manera voluntaria, todos los componentes que se deriven del elemento de publicidad exterior, ante el pedido de la autoridad municipal, salvo excepción a aplicarse el procedimiento respectivo de acuerdo a la Ordenanza N°437-MDSJM o la norma que la sustituya.

6. La memoria descriptiva del elemento de publicidad exterior, donde se señale el procedimiento de su instalación y mantenimiento.

7. Declaración Jurada suscrita por el propietario del bien de dominio privado en la cual autorice, expresamente, la ubicación del elemento de publicidad exterior. Adicionalmente a los documentos precitados, según la clasificación y características del elemento de publicidad exterior, y su ubicación, se requiere presentar lo siguiente:

(i) En bienes de dominio privado:

1. Planos de instalaciones eléctricas o electromecánicas, memoria descriptiva y carta de responsabilidad, refrendados por un ingeniero electricista o mecánico electricista cuando se trate de elemento publicitario luminoso o iluminado de más de 12.00 m² de área de exhibición o uno de tipo especial o de proyección indistintamente a su área o volumen.

2. Para bienes sujetos al régimen de propiedad exclusiva y propiedad común debe adjuntarse copia del Acta de la Junta o Asamblea de Propietarios autorizando la ubicación del elemento publicitario. De no existir ésta, podrá presentarse documento de autorización suscrito por mayoría calificada de sus propietarios.

3. La declaración jurada de no afectación de áreas verdes y arbolado, respecto a la ubicación de los elementos de publicidad exterior en bienes de dominio público.

4. Planos estructurales, memoria descriptiva y carta de responsabilidad refrendados por un ingeniero civil, cuando se trate de un elemento publicitario autoportante o con un área de exhibición de más de 16.00 m²

5. La carta de responsabilidad de instalación suscrita por el responsable competente. (arquitecto o ingeniero civil).

6. Autorización sectorial expedida por el Ministerio de Cultura, cuando se trate de elementos de publicidad exterior ubicados en predios declarados como monumento, de valor monumental o integrante del ambiente urbano monumental y de zona monumental.

(ii) En bienes de dominio público:

1. Fotografía del sector en donde se pretende ubicar el elemento publicitario a una distancia mínima de 50.00 m.

2. Fotografía con el entorno, con fotomontaje o posicionamiento virtual del elemento publicitario.

3. Plano de ubicación con la trama de coordenadas UTM WGS84, a escala de 1/500 o 1/250, y el esquema de localización, a escala de 1/5000.

4. Asimismo, las distancias de la arista más saliente del elemento de publicidad exterior y el eje de la base al borde exterior de la pista, coordenada UTM WGS84 de la ubicación exacta, norte magnético, secciones viales, veredas, bermas, separadores, altura y zonificación de las edificaciones cercanas, árboles, postes y demás componentes existentes de la vía pública. Siendo elaborado y suscrito por un arquitecto colegiado.

5. Plano de ubicación en archivo digital del formato: *.dwg y *.PDF.

6. En caso de anuncios o avisos publicitarios luminosos, iluminados, deberán presentar la copia de la carta de factibilidad de conexión eléctrica por la empresa prestadora de servicios correspondiente.

7. Documento de autorización emitida por la empresa concesionaria de electricidad, respecto a las distancias de seguridad, establecidas en el Código Nacional de Electricidad (CNE); siempre y cuando se encuentre dentro de la faja de servidumbre de redes aéreas eléctricas y estructuras de soporte de alta o media tensión.

8. Planos de instalaciones eléctricas o electromecánicas, memoria descriptiva y carta de responsabilidad, refrendados por un ingeniero electricista o mecánico electricista cuando se trate de un elemento publicitario luminoso, iluminado, especial y/o de proyección.

9. Planos estructurales, memoria descriptiva y carta de responsabilidad refrendados por un ingeniero civil.

10. Declaración jurada del profesional encargado quien suscribe los planos.

11. Seguro de responsabilidad civil vigente.

12. Autorización sectorial expedida por el Ministerio de Cultura, cuando se trate de elementos de publicidad exterior ubicados en el ambiente urbano monumental o zona monumental.

(iii) En predios ubicados en zonas monumentales y residenciales.

Además de cumplir lo señalado en el artículo 34°, se cumplirá con las siguientes especificaciones:

1. Todos los anuncios se colocarán adosados a las fachadas (no perpendiculares a ellas), en primer piso, en la sola cara y con dimensiones apropiadas, sin perturbar el espacio.

2. Solo se permitirán anuncios sencillos o iluminados.
3. Solo podrán colocarse anuncios tipo letras recortadas o placas.
4. La prohibición de anuncios publicitarios luminosos y antirreglamentarios en la zona monumental o residencial alcanza también a los ubicados en ambientes internos de los inmuebles, si éstos son percibidos desde el exterior.
5. Para la instalación de anuncios y avisos publicitarios en la zona monumental o declarado monumento histórico o en zona residencial se requiere la previa aprobación del diseño respectivo por parte del Ministerio de Cultura.

(iv) Para el caso de los elementos de publicidad exterior de tipo: panel simple, valla, paleta, monumental, tótem y volumétrico:

1. Plano de ubicación con trama de coordenadas UTM WGS84, a escala 1/500 o 1/250, y esquema de localización, a escala 1/5000. Se debe indicar las distancias de la arista más saliente del elemento de publicidad exterior y del eje de la base al borde exterior de la pista, coordenada UTM WGS84 de la ubicación exacta, norte magnético, secciones viales, veredas, bermas, separadores, altura y zonificación de las cercanas, árboles, postes y demás componentes existentes de la vía pública, elaborado y suscrito por un arquitecto colegiado.
2. El plano de ubicación en archivo digital en formato: *.dwg y *.PDF.
3. Declaración Jurada de responsabilidad profesional presentada por quien suscribe los planos.
4. Memoria descriptiva y plano de estructuras a escala conveniente, que incluya el cálculo de las mismas, en la cual se consideren diseños con resistencia a vientos, sismos y peso de la misma estructura elaborado y suscrito por un ingeniero civil colegiado, conforme a lo dispuesto en el Reglamento Nacional de Edificaciones.
5. Estudio de Mecánica de Suelos con panel fotográfico de la exploración en campo, con fines de cimentación de acuerdo al literal e), del inciso 6.2.1, del artículo 6° de la Norma E-050, del Reglamento Nacional de Edificaciones, en caso de elementos de publicidad exterior que cuenten con soportes de mayor o igual a 20 centímetros de diámetro.

(v) Para el caso de los elementos de publicidad exterior de tipo: luminoso, iluminado o especial en bienes de dominio público o privado:

1. Proyecto donde se grafique el recorrido de conexión del suministro eléctrico hasta el elemento de publicidad exterior. Siendo elaborado y suscrito por un ingeniero electricista o mecánico electricista colegiado.
2. Plano de instalaciones eléctricas a escala conveniente. Siendo elaborado y suscrito por un ingeniero electricista o mecánico electricista colegiado.
3. Declaración jurada de responsabilidad profesional de quien suscribe los planos.
4. Carta de factibilidad de conexión eléctrica, otorgada por la empresa prestadora de servicios, en caso de corresponder.
5. No obstante sin perjuicio de lo señalado, los elementos de publicidad exterior a ser ubicados en bienes de dominio público o privado deben aplicarse las disposiciones establecidas en el Código Nacional de Electricidad (CNE) y demás normas que le sean aplicables por su naturaleza y/o especialidad.

(vi) Para el caso de los elementos de publicidad exterior de tipo: banderolas, Inflables publicitarios de campañas o eventos temporales:

1. Documento simple donde se consigne su tiempo de exhibición, no pudiendo excederse de quince (15) días.
2. Copia del Acta de la Junta o Asamblea de Propietarios de los bienes de dominio privado sujetos al régimen de propiedad exclusiva y común, en la que se autoriza la ubicación del elemento de publicidad. En caso de no existir Junta o Asamblea de Propietarios, podrá presentar documento de autorización suscrito por mayoría calificada de los propietarios (dos tercios).

(vii) Para el caso de los de publicidad exterior a ser ubicadas en áreas y/o infraestructura concesionada:

1. El solicitante debe adjuntar el documento que la opinión favorable del concedente a favor del concesionario, con la verificación del área y/o servicio concesionado.
2. Respetar y cumplir las legales y técnicas establecidas en la presente ordenanza, en lo que le corresponda.

(viii) Para el caso de los elementos de publicidad exterior a ser ubicadas en vehículos de propiedad privada: válido para publicidad dentro de la jurisdicción del distrito de San Juan de Miraflores.

1. Indicar el número de la tarjeta de propiedad de la unidad móvil y/o del remolcador, de ser el caso.
2. Declaración Jurada señalándose las características de la unidad móvil, en donde figure lo siguiente: categoría, marca, modelo, color, números de asientos (anexo 1).
3. Presentar copia de la inmatriculación del registro de propiedad vehicular para el caso de casas rodantes.
4. Indicar el número de la Tarjeta Única de Circulación - TUC - y su fecha de expedición, cuando se trate de unidades móviles dedicados a la prestación de servicio de transporte público de pasajeros.

TÍTULO V.- DISPOSICIONES TÉCNICAS

CAPÍTULO I.- INSTALACIONES Y CONDICIONES

ARTÍCULO 35°.- INSTALACIÓN DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- Los elementos de publicidad exterior que se instalen en bienes de dominio privado y/o en bienes de dominio público deberán regirse conforme a las disposiciones de la presente ordenanza y las normas técnicas vigentes en materia de seguridad y estabilidad. Las estructuras de soporte de los elementos de publicidad exterior deberán reunir las suficientes condiciones de seguridad y calidad. Asimismo, la ubicación del elemento de publicidad exterior en general no deberá comprometer la seguridad física y libre circulación de los ocupantes del bien de dominio privado en donde se ubica, así como la de los vecinos o de quienes circulen por las vías públicas circundantes.

ARTÍCULO 36°.- CONDICIONES ESTRUCTURALES.- La publicidad exterior deberá cumplir con las condiciones estructurales señaladas en las normas técnicas vigentes. Los elementos de publicidad exterior, ubicados debajo de las fajas de servidumbre deben respetar las distancias de seguridad y presentar la autorización emitida de la empresa concesionaria de electricidad, conforme lo dispone el Código Nacional de Electricidad (CNE), o la norma que la sustituya.

ARTÍCULO 37°.- INSTALACIONES ELÉCTRICAS.- Los elementos de publicidad exterior de tipo especial, luminoso e iluminado que utilicen energía eléctrica u otra fuente similar, para su iluminación y funcionamiento, deben cumplir

con las condiciones de seguridad establecidas en el Código Nacional de Electricidad (CNE), Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE) y normas complementarias que le sean aplicables, a fin de evitar descargas eléctricas, interferencia con otras señales de terceros, reflejo o irradiación de luz.

Queda prohibido el uso de un grupo autónomo de combustión interna para la proyección de iluminación y/o funcionamiento de elementos de publicidad exterior señalados con anterioridad; caso contrario, está permitido el uso de dispositivos de ahorro energético y/o de energía renovable, donde su base eléctrica lo permita.

Los elementos de publicidad exterior de tipo iluminado deben presentar una proyección de luz que no sobrepase los límites de su área de exhibición, a fin de producir un efecto de desvanecimiento. Cuando se trate del tipo luminoso y especial, deben proyectar un haz de luz de forma descendente, evitando la contaminación lumínica.

ARTÍCULO 38°.- VALLAS.- Se debe de considerar lo siguiente:

- a. La valla tiene que presentar un área exhibición máxima de 12.00 m², cubriendo no más del 50% de la dimensión del muro sobre el cual se ubica.
- b. Las vallas tienen que estar ubicadas a una altura mínima de 0.50 m. desde el nivel de la vereda.
- c. Las vallas no pueden invadir u obstaculizar los vanos de las puertas, ventanas ni ductos.
- d. Las vallas ubicadas en los cercos de edificaciones solo están permitidas cuando se encuentren ubicadas en zonificación comercial.

ARTÍCULO 39°.- BANDEROLAS TIPO PASACALLES.- Deberán ubicarse en las vías colectoras y locales a una altura mínima de 5.00 m. del nivel de la pista o calzada a parte más baja de la banderola, y a una distancia de 100 m., entre ellas. De uso exclusivo para las instituciones públicas o publicidad estatal.

ARTÍCULO 40°.- HORARIO DE FUNCIONAMIENTO DEL ELEMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR ESPECIAL Y LUMINOSA.- Los elementos de publicidad exterior especiales, iluminado y luminosos, deben contar con un sistema automático de control de encendido y apagado, para el cumplimiento del horario de funcionamiento, establecido de lunes domingo, incluyendo feriados, desde las 07:00 horas hasta las 23:00 horas.

CAPÍTULO II.- ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN BIENES DOMINIO PRIVADO

ARTÍCULO 41°.- GENERALIDADES.- El anuncio o aviso publicitario debe formar un conjunto armónico con el volumen de la edificación, así como con el área en donde se le ubicará. No se permitirán aquéllos que atenten contra la composición del entorno existente y el ornato público; y se deberá cumplir que:

1. No se podrán ubicar anuncios o avisos publicitarios en paramentos deteriorados o en mal estado de conservación, salvo que se incluya la mejora o construcción del paramento.
2. No se podrán ubicar anuncios y avisos publicitarios en puertas o ventanas, a excepción que la edificación se encuentre deshabitada o desocupada.
3. Los anuncios y avisos publicitarios colocados sobre el vano de entrada al establecimiento, deberán tener como máximo el ancho del vano sobre el cual se ubiquen.
4. Se prohíbe la colocación de afiches sobre los paramentos.
5. En caso de existir más de un anuncio publicitario en la misma edificación deberán ordenarse entre sí, concordando sus formas y medidas, teniendo en cuenta el color del paramento donde serán ubicados, de manera que conformen un conjunto armónico.
6. Todo anuncio y aviso publicitario deberá encontrarse adosado en su totalidad al paramento donde se ubique, no debiendo sobresalir del mismo.
7. Los avisos publicitarios monumentales o especiales y aquéllos que por sus características y ubicación así lo ameriten, serán evaluados por el órgano competente de la municipalidad, a efectos que éstos no generen impacto visual.

ARTÍCULO 42°.- ORNATO.- Los elementos de publicidad exterior ubicados en bienes de dominio privado, deben formar un conjunto armónico en su forma, textura, colores y con el volumen de la edificación, así como con el área donde se ubicará, a fin de evitar propiciar la contaminación visual que afecte el ambiente urbano y ornato local. Su ubicación debe contribuir al ornato público. No se autorizará la ubicación de elementos publicitarios en paramentos sin acabados, sucios o en mal estado, salvo que se incluya la mejora o construcción del mismo.

ARTÍCULO 43°.- EN CERCOS.- Para la ubicación de elementos de publicidad exterior en cercos de inmuebles, se debe tener en consideración lo siguiente:

- a. Cuando el elemento de publicidad exterior sea iluminado, sus componentes deben ubicarse únicamente en el extremo superior del cerco, los cuales podrán invadir un máximo de 0.50 m, los aires de la vía pública.
- b. Para cercos de obras en construcción o demolición, se podrán colocar únicamente elementos de publicidad exterior tipo afiches, con una altura máxima de 3.00 m., desde el nivel de la vereda sin sobresalir las dimensiones del cerco de obra existente.
- c. Declaración Jurada que garantice que el cerco tenga la capacidad de soporte del elemento publicitario y no implique un riesgo de caída o colapso ante una emergencia.

ARTÍCULO 44°.- EN EDIFICACIONES EN PROCESO DE CONSTRUCCIÓN.- En edificaciones en proceso de construcción que cuenten con la respectiva Licencia de Edificación será permitida la ubicación de elementos de publicidad exterior, tales como paneles, vallas y gigantografías, con sujeción a lo establecido en la presente ordenanza.

En este caso el elemento publicitario debe ser instalado bajo estrictas medidas de seguridad y sólo podrá permanecer instalado durante el tiempo de vigencia de la Licencia de Edificación o duración de la ejecución de la obra (incluye acabados), siendo responsabilidad del solicitante realizar el mantenimiento permanente a fin de no afectar el ornato del distrito.

ARTÍCULO 45°.- EN EDIFICACIONES CON FACHADA A NIVEL DE VEREDA.- Los elementos de publicidad exterior instalados en fachadas a nivel de vereda deberán cumplir lo siguiente:

- a. Deberá estar adosado a la fachada o paramento que pertenece al local comercial, caso contrario deberá contar con la autorización correspondiente (del propietario o copropietarios del área de fachada a ocupar fuera del local comercial).
- b. De ubicarse sobre el vano de ingreso al establecimiento, deberá estar a altura mayor o igual a 2.10 m.

- c. El espesor de los anuncios no debe ser mayor a 20 cm. En caso de elementos de publicidad exterior adosados a paramentos a altura menor de 2.10 m., deberán tener espesor no mayor a 10 cm.
- d. La longitud de los anuncios no podrá exceder el largo del vano de ingreso principal del establecimiento o del vano para ventana de mayor longitud.
- e. La altura de los elementos de publicidad exterior debe ser proporcional a la altura de la fachada del establecimiento, no debiendo exceder el 25% de la altura de la misma. En todo caso, se deberá respetar el alineamiento y características de los anuncios existentes a lo largo de la cuadra.
- f. Los elementos de iluminación podrán proyectarse hasta 50 cm. sobre la vía pública, debiendo instalarse a una altura mínima de 3.00 m. medidos desde el nivel de la vereda.
- g. Para la señalización de servicios, se permitirá la ubicación de una plancheta publicitaria o flange por local comercial perpendicular a su paramento adyacente a la esquina superior del vano, y con una altura no menor de 2.10 m. medida desde el nivel de la vereda hasta la parte inferior de la plancheta.
- h. Sólo se permitirá la instalación de elementos de publicidad exterior en el primer nivel de las edificaciones o como remate del último nivel de fachada, siempre y cuando se encuentren adosados a un murete o parapeto de hasta 1.00 m. de altura. Sólo en los casos de solicitudes que correspondan a locales comerciales que ocupen el íntegro de la edificación se podrá autorizar anuncios en cualquier nivel de la fachada. Para el caso de edificaciones comerciales con puerta a calle que no tengan espacio en el primer piso, podrán ubicar elementos de publicidad exterior hasta el alféizar de la ventana del piso superior, debiendo contar con autorización previa del vecino.
- i. En caso de elementos de publicidad exterior de tipo iluminado, sus componentes tienen que estar únicamente en la parte superior del mismo; los cuales pueden invadir un máximo de 0.50 m., de los aires de la vía pública. En ningún caso, se puede invadir el nivel o el piso superior inmediato.
- j. Tratándose de predios que no cuentan con habilitación urbana se tomara como referencia la medida de 1.20 m. como sección de vereda.
- k. Se permite la ubicación de elementos de publicidad exterior en material banner adhesivo, vinil adhesivo, vinil arenado o pavonado, en puertas de ingreso y/o salida de las personas y/o vehículos, ventanas, mamparas y celosías en el primer piso de edificaciones, sin obstaculizar la visión, ventilación e iluminación de los ambientes o áreas a las que sirve.
- l. Para el caso de toldos, éstos podrán proyectarse hasta 1.00 m. sobre la vía pública, dejando una altura libre mínima de 2.30 m., desde el nivel de vereda hasta la parte más baja del toldo y tener una longitud equivalente a la longitud del vano principal de ingreso al establecimiento o del vano para ventana de mayor longitud. El mensaje o leyenda podrá ubicarse sólo en la parte que cuelga del toldo. El toldo deberá sostenerse en el paramento del inmueble, no admitiéndose ningún elemento de apoyo o soporte en la vía pública. Está prohibido que los toldos tengan instalaciones eléctricas, ni podrán ser luminosos, ni especiales. Sólo se permitirá la instalación de toldos en el primer nivel de las edificaciones, a excepción que todo el predio corresponda a la misma actividad. La instalación conjunta de toldo con anuncio estará sujeta a evaluación previa. Los colores y diseño deben guardar armonía con el diseño de la fachada del establecimiento o del inmueble que lo contiene y con el entorno urbano.

ARTÍCULO 46°.- EN EDIFICACIONES CON RETIRO.- Para las edificaciones con retiro, se debe tener en consideración lo siguiente:

- a. Es permitido la ubicación de paneles monumentales, simples, unipolares, tótem, volumétricos, en el retiro de la edificación, únicamente si cuentan con zonificación comercial.
- b. El elemento de publicidad exterior ubicado en el retiro de la edificación, no podrá obstaculizar el paso peatonal, vehicular, rampas para personas con discapacidad o elementos arquitectónicos que la compongan.
- c. El elemento de publicidad exterior ubicado en el retiro de la edificación, tendrá una altura máxima de 15.00 m., sin sobrepasar la altura de la edificación existente, siempre y cuando en las colindantes no tenga el uso de vivienda.
- d. El elemento de publicidad exterior ubicado en el retiro de la edificación, no puede volar sobre aires de la vía pública.
- e. Las distancias entre los elementos de publicidad exterior ubicados en retiros de edificaciones, deben tener como mínimo 150 metros radiales, exceptuando las estaciones de servicios.
- f. Se permite la ubicación de elementos de publicidad exterior en material banner adhesivo, vinil adhesivo, vinil arenado o pavonado, en puertas de ingreso y/o salida de las personas y/o vehículos, ventanas, mamparas y celosías en el primer piso de edificaciones con retiro municipal, sin obstaculizar la visión, ventilación e iluminación ambientes o áreas a las que sirve.
- g. Los toldos con elementos de publicidad exterior pueden cubrir el área del retiro de la edificación, dejando una altura libre mínima de 2.30 m. desde el nivel de vereda hasta la parte más baja del toldo. No deben cubrir vanos ni niveles superiores de la edificación. No podrán contar con instalaciones eléctricas, ni podrán ser luminosos ni especiales.

ARTÍCULO 47°.- EN LOS PARAMENTOS LATERALES O POSTERIORES DE LAS EDIFICACIONES.- Además de cumplir lo señalado en los artículos 35°, 36° y 40°; para la publicidad en paramentos laterales o posteriores de las edificaciones deberá observarse lo siguiente:

1. Se podrán ubicar anuncios y avisos publicitarios en los paramentos laterales o posteriores siempre y cuando no cubran ventanas, ni ductos de iluminación.
2. Los anuncios y avisos publicitarios no podrán obstaculizar la iluminación o ventilación de propiedades de terceros; en caso de invadir sus aires debe contar con su autorización.

ARTÍCULO 48°.- EN LAS AZOTEAS DE LAS EDIFICACIONES.- Además de cumplir lo señalado en los artículos 35°, 36° y 40°; para la publicidad en azoteas de las edificaciones, deberá observarse lo siguiente:

1. Se podrán colocar anuncios y avisos publicitarios en azoteas de los predios con zonificación comercial o industrial y en los predios con zonificación residencial perteneciente a los ejes viales aprobado en el índice de usos para la ubicación de actividades urbanas vigente.
2. Los anuncios y avisos publicitarios monumentales en azoteas de predios en zonas residenciales pertenecientes a los ejes viales aprobado en el índice de usos para la ubicación de actividades urbanas vigente estarán ubicados a una distancia de 100.00 m. y a 50.00 m. para zonas o usos comerciales e industriales.
3. La altura entre el piso terminado de la azotea y el inicio del área de exhibición del anuncio publicitario no podrá ser mayor a 1.50 m.
4. El área de exhibición del elemento de publicidad deberá cumplir, para cada caso, lo siguiente:
 - a. En edificaciones de 1 a 2 pisos el área máxima de exhibiciones será de 12.00 m² con una altura no mayor de 2.40 m.

- b. En edificaciones de 3 pisos: el área máxima de exhibición será de 54.00 m², con una altura no mayor de 4.80 m.
- c. En edificaciones de 4 a 5 pisos: el área máxima de exhibición será de 78.00 m², con una altura no mayor de 5.40 m.
- d. En edificaciones de 6 a 7 pisos: el área máxima de exhibición será de 104.00 m², con una altura máxima que no deberá exceder los 7.20 m.
- e. En edificaciones de más de 7 pisos: el área máxima de exhibición será de 185.00 m², con una altura máxima que no deberá exceder los 9.60 m.

5. Anuncios y avisos publicitarios en coronación de edificios. - Se refiere a la publicidad colocada sobre la coronación de la última planta de un edificio, es decir, sobre el parapeto de la azotea.

Las dimensiones y ubicación de estas superficies publicitarias se ajustarán a las siguientes condiciones:

- a. Las superficies publicitarias en coronación de edificios deberán retirarse como mínimo medio metro desde el plano de fachada.
 - b. En los edificios entre medianeras deberán situarse retirados tres metros de las mismas.
 - c. La altura del anuncio o aviso publicitario no podrá exceder del 20% de la del edificio y como máximo alcanzará los 5.00 metros.
6. El anuncio o aviso publicitario debe contemplar una zona o área de seguridad en los límites de la azotea.
7. Los anuncios o avisos monumentales en azotea estarán a una distancia de 100.00 m. entre uno y otro aviso para zonas o usos residenciales y de 50.00 m. para zonas o usos comerciales o industriales.
8. El anuncio y aviso publicitario no invadirá la vía pública o los inmuebles colindantes, debiendo ubicarse dentro del perímetro de la azotea; asimismo deberá contemplar una zona de seguridad en los límites de la misma.
9. El anuncio, aviso o elemento publicitario ni sus soportes deben interferir con otras instalaciones del edificio, tales como equipos de aire acondicionado, casetas de ascensores, tendedores, antenas y otros. Asimismo, no deben alterar las condiciones constructivas o de evacuación en edificios que tengan prevista una vía de escape de emergencia a través de la terraza; a su vez no se podrán instalar anuncios publicitarios luminosos si en la última planta del edificio existen piscinas.

ARTÍCULO 49°.- EN FACHADAS DE GALERÍAS, CENTROS COMERCIALES, MERCADOS DE ABASTOS, CAMPOS FERIALES Y OTROS ESTABLECIMIENTOS SIMILARES.- Además de cumplir lo señalado en los artículos 35°, 36° y 40°, en el interior de los establecimientos mencionados, se cumplirá con lo siguiente:

- 1. Sólo se permitirá la ubicación de letreros o letras recortadas, ya sean sencillos o luminosos.
- 2. Los anuncios o avisos publicitarios mencionados en el artículo anterior se ubicarán en el dintel de la entrada de cada local comercial.
- 3. No se permitirán anuncios y avisos publicitarios perpendiculares al plano de la fachada en que se ubican los locales comerciales. Los anuncios y avisos publicitarios tendrán un espesor máximo de 20 cm.
- 4. Podrán ubicarse banderolas interiores, siempre y cuando no cubran ventanas, ni ductos de iluminación, ni áreas comunes de circulación que den al exterior.

ARTÍCULO 50°.- EN PREDIOS CON ZONIFICACIÓN OU (OTROS USOS), E (EQUIPAMIENTO EDUCATIVO) Y H (EQUIPAMIENTO DE SALUD).- Además de cumplir lo señalado en los artículos 35°, 36° y 40°, cumplirán con lo siguiente:

- 1. En estas zonificaciones se respetan las características publicitarias permisibles en los predios colindantes; de ubicarse entre predios con diferente zonificación, estos predios podrán adoptar las características publicitarias del predio colindante de mayor nivel comercial.

ARTÍCULO 51°.- EN PREDIOS UBICADOS EN ZONAS MONUMENTALES.- Además de cumplir lo señalado en los artículos 35°, 36° y 40°, cumplirán con lo siguiente:

- 1. Los anuncios se colocarán adosados a las fachadas (no perpendiculares a ellas) en el primer piso en la parte superior del vano, con dimensiones apropiadas, sin perturbar el espacio público guardando armonía con el color de la edificación.
- 2. Solo podrán colocarse anuncios tipo letras recortadas, letreros o placas.
- 3. Para la colocación de anuncios y avisos publicitarios en la zona monumental se requiere la previa aprobación del diseño respectivo por parte de la municipalidad
- 4. No podrán colocarse anuncios y avisos publicitarios en azoteas, pisos superiores de inmuebles, postes de alumbrado público y mobiliario urbano en general, puertas y ventanas, postes públicos, anuncios de dos o más caras, y de carácter provisional cualquiera sea su índole.

ARTÍCULO 52°.- EN ESTACIONES DE SERVICIOS (GRIFOS).- En las estaciones de servicios, se toma en consideración lo siguiente:

- a. En los surtidores y/o dispensadores ubicados en las estaciones de servicio sólo se permite la ubicación de afiches o vinil adhesivo que formen un conjunto armónico, y que no obstaculicen las herramientas utilizadas en dicha actividad comercial.
- b. Los elementos de publicidad exterior adosados al canopy, no deben sobresalir de su altura.
- c. Los elementos de publicidad exterior de tipo tótem, donde se colocan el listado de precios, deben tener una altura máxima de 15.00 m., ubicadas en el retro de la estación de servicios, sin afectar visualmente a los inmuebles colindantes, la circulación de los peatones y/o vehículos.
- d. En las estaciones de servicios, no pueden ubicarse elementos de publicidad exterior de tipo panel monumental, unipolar, volumétrico.
- e. Los elementos de publicidad exterior de tipo banderolas deben tener una dimensión máxima de 2.00 m. x 1.00 m. el cual incluye tanto el soporte y elemento mismo, los cuales no deberán saturar el espacio del estacionamiento de servicio pudiendo colocarse un máximo de cinco (05) ubicadas en lugares que no afecte el tránsito peatonal y/o vehicular, rampas para personas con discapacidad o elementos arquitectónicos que la compongan.
- f. En las columnas del canopy se podrán ubicar elementos de publicidad exterior relacionados, con la identificación del surtidor o isla, y de forma paralela al estacionamiento vehicular.
- g. Se permite la ubicación de elementos de publicidad exterior en material banner adhesivo, vinil adhesivo, vinil o pavonado, en puertas de y/o salida de las personas y/o vehículos, ventanas, mamparas y celosías en el primer piso de la estación de servicio, sin obstaculizar la visión, ventilación e iluminación de los ambientes o áreas a las que sirve.

ARTÍCULO 53°.- EN EDIFICIOS CORPORATIVOS.- Se pueden ubicar elementos de publicidad exterior que contenga el togo y/o el nombre comercial de tipo "letras recortadas", adosadas al primer y/o último piso o en paramento ciego existente de la edificación de uso comercial, se incluyen a las edificaciones con fachada al límite de la propiedad.

ARTÍCULO 54°.- EN ESCAPARATES.- Los escaparates que alberguen elementos de publicidad exterior sencillos y/o iluminados, maniqués, muebles de exhibición y productos, deben contar con una superficie de vidrio templado y/o laminados (vidrios de seguridad) que delimite el espacio de exhibición con el área de afluencia de personas.

CAPÍTULO III.- ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN BIENES DOMINIO PÚBLICO

ARTÍCULO 55°.- EJECUCIÓN DE OBRAS.- Otorgada la autorización para la ubicación de un elemento de publicidad exterior, el administrado solicitará la autorización para la ejecución de obras en áreas de dominio público, así como, de ser el caso, la interferencia de vías ante las dependencias correspondientes, de conformidad con lo establecido en la Ordenanza 203-MML y sus modificatorias o la que haga su veces.

ARTÍCULO 56°.- DERECHO DE PROPIEDAD.- Las autorizaciones no otorgan derecho de propiedad alguna sobre el lugar en el que se ubica. Asimismo, no podrán ser invocadas para excluir o disminuir las responsabilidades civiles o penales en las que hubiera incurrido el anunciante o el propietario del elemento de publicidad en el ejercicio de su actividad.

ARTÍCULO 57°.- OCUPACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO.- La ocupación del espacio público para la instalación de elementos de publicidad exterior podrá ser autorizada por la municipalidad mediante la suscripción de un convenio en el que se fijará un derecho de compensación por el aprovechamiento del espacio público, de conformidad con la tabla del artículo 66° de la presente ordenanza, pudiéndose fijar además otras condiciones de carácter económico en beneficio de la comuna. La suscripción del convenio, de acuerdo al TÍTULO VI CONVENIOS DE COOPERACION, no enerva el cumplimiento de las disposiciones técnicas para la instalación de elementos de publicidad exterior señaladas en la presente ordenanza. Todo convenio deberá contemplar una cláusula de resolución automática por necesidad pública, en los casos que por modificación de vía o construcción de infraestructura sea necesario la desocupación del espacio u otros que sean determinados por la municipalidad, esta resolución no derivará compensación alguna respecto del administrado. Éstas también se otorgarán mediante trámite administrativo regular, teniendo una vigencia de un año después de su suscripción, pudiendo ser renovadas de acuerdo a lo señalado por el artículo 34° de la presente norma municipal.

ARTÍCULO 58°.- VARIACIÓN AL ELEMENTO DE PUBLICIDAD EXTERIOR.- Cualquier variación realizada que modifique las características técnicas del anuncio y/o aviso publicitario autorizado (estructura, forma, material y otros), del elemento de publicidad exterior, será entendida como si se tratase de un elemento nuevo, debiendo obtener nueva autorización.

ARTÍCULO 59°.- NORMAS SOBRE ORNATO Y SEGURIDAD EN BIENES DE USO PÚBLICO.- Las características o ubicación de los anuncios y avisos publicitarios no deben generar contaminación visual que afecte el entorno urbano. En tal sentido, se prohíbe la ubicación de anuncios y avisos publicitarios en los siguientes casos y condiciones:

1. Dentro y en el perímetro de las plazas, alamedas, paseos, parques, y similares de uso público de administración municipal; excepto publicidad ecológica.
2. En elementos urbanísticos naturales o artificiales, que obstruyan la visión de los mismos; excepto publicidad ecológica, y aquellos anuncios o avisos publicitarios que sean de carácter provisional con una vigencia máxima de 30 días.
3. En las áreas declaradas como zonas arqueológicas y/o monumentales y/o residenciales.
4. Que ocupen total o parcialmente la superficie o aires de pistas y veredas, con excepción de los anuncios o avisos publicitarios que se ubican en mobiliario urbano.
5. En árboles, elementos de señalización, postes de alumbrado público, cables de transmisión de energía o teléfonos, ni a obras de arte de la vía.
6. En los intercambios viales, pasos a desnivel y puentes peatonales; y a una distancia de ellos no menor de 100 m. desde el inicio del intercambio vial o paso a desnivel.
7. Que se sitúen en curvas, cruces, cambios de rasantes, confluencia de vías o cualquier lugar en que obstaculizar el tránsito vehicular o peatonal.
8. Que interfieran u obstaculicen la visión de los conductores de vehículos o peatones.
9. Que obstaculicen la visibilidad de la señalización vial o de nomenclatura e informativa, aun cuando sean removibles.
10. En las islas de refugio o peatonales.
11. Pintar o pegar avisos publicitarios en las veredas, sardineles, pistas y otro componente de la vía pública.

ARTÍCULO 60°.- MOBILIARIO URBANO.- Es considerado como bien de uso público y podrá contener mensajes publicitarios, como parte del mismo y sin sobresalir de sus dimensiones con excepción de los postes señalizadores que por su característica puede exceder en 0.70 m. (Sesenta centímetros). En caso de que el mobiliario sea un bien de propiedad privada y de uso público como las casetas telefónicas y cajeros automáticos, deberá solicitarse la autorización correspondiente, para la instalación de publicidad.

ARTÍCULO 61°.- UBICACIÓN DE ELEMENTOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR EN BIENES DE DOMINIO PÚBLICO.- Se podrán ubicar conforme al siguiente detalle:

1. Separadores centrales:

- a. Elementos de publicidad exterior cuya área de exhibición, incluyendo el soporte presente una altura de hasta 15.00 m. Cualquier componente del elemento de publicidad exterior debe estar a una distancia horizontal no mayor o igual a 1.50 m. de la pista o calzada.
- b. La distancia entre elementos de publicidad exterior, será no menor de 150.00 metros radiales. Se considera los elementos de publicidad exterior ubicados en separadores centrales.

2. Separadores laterales:

- a. Elementos de publicidad exterior, cuya área de exhibición, incluyendo el soporte, cuenten con una altura de hasta 15.00 m. Cualquier componente del elemento de publicidad exterior, deberá estar a una distancia horizontal no mayor o igual a 1.00 m. de la pista o calzada.

b. La distancia entre elementos de publicidad exterior será no menor de 150.00 metros radiales. Se considera la distancia de los elementos de publicidad exterior ubicados en separadores laterales.

ARTÍCULO 62°.- RESTRICCIONES.- Las restricciones aplicadas en la publicidad exterior ubicadas en los bienes de dominio público son:

- a. Los soportes y área de exhibición de los elementos de publicidad exterior tendrán una distancia mínima de 15.00 metros radiales de los troncos de individuos arbóreos de gran altura, semáforos, señales y dispositivos de control del tránsito, antenas de telecomunicación, postes con cámaras de vigilancia, a fin de no interferir con la visibilidad de estas.
- b. Deberán guardar una distancia mínima de 20.00 m. de los cruces peatonales y/o curvas.
- c. El área de exhibición no podrá ser mayor a 207.36 m2 entre ambas caras, y deberán ubicarse a una altura mínima de 15.00 m del nivel del suelo.
- d. El área de exhibición no podrá ser menor a 100 m., entre tres caras y deberán ubicarse a una altura mínima de 6.00 m. del nivel del suelo.
- e. Para paletas publicitarias, sus medidas no deberán exceder de 1.80 m. de altura, por 1.20 m. de ancho y 0.35 m. de espesor y no se permitirá características especiales.
- f. Los elementos de publicidad exterior, no deben interferir con la existencia de individuos arbóreos y/o de porte arbóreo de altura y en cantidades considerables, para que no sea susceptible a podas severas o talas clandestinas

ARTÍCULO 63°.- CONSIDERACIONES ADICIONALES.

- a. **Los elementos de publicidad exterior de tipo sencillos e iluminados:** Deberán tener una distancia mínima de 150.00 metros radiales, respecto de hospitales, clínicas, postas, centros educativos y universidades. La cual será medida desde el vértice de los límites de propiedad o zonificación, más cercano al elemento de publicidad exterior.
- b. **Los elementos de publicidad exterior de tipo luminosos y especiales:** Deberán tener una distancia mínima de 300 metros radiales, respecto de hospitales, clínicas, postas, centros educativos, universidades, institutos, instituciones públicas, estadios, embajadas, templos, iglesias, catedrales, conventos y zonas residenciales, la cual será medida desde el vértice de los límites de propiedad o zonificación más cercano al elemento de publicidad exterior.

CAPÍTULO IV.- PROCEDIMIENTOS COMPLEMENTARIOS

ARTÍCULO 64°.- PROCEDIMIENTO PARA LA REGULARIZACIÓN DE AUTORIZACIÓN.- Ingresada la solicitud de autorización de elemento de publicidad exterior en vía de regularización, se proceder conforme al procedimiento establecido en la presente ordenanza y de cumplir con todas las disposiciones establecidas se emitirá la resolución correspondiente; en caso no cumpla con las disposiciones establecidas en la presente ordenanza, la solicitud será denegada.

ARTÍCULO 65.- CAMBIO DE LEYENDA.- La modificación de la leyenda de los elementos de publicidad exterior deberá comunicarse a la autoridad municipal correspondiente a través de un documento simple. Para el caso de Letras Recortadas no opera cambio de leyenda. En caso, se modifique las características técnicas y/o estructurales del elemento de publicidad exterior, se deberá solicitar una nueva autorización.

CAPÍTULO V.- APROVECHAMIENTO DEL BIEN DE DOMINIO PÚBLICO

ARTÍCULO 66°.- HECHO IMPONIBLE.- El hecho imponible aplicado en el aprovechamiento del bien de dominio público en relación a su uso, ocupación, ubicación y duración por el tiempo que permanezca el/los elemento/s de publicidad exterior, conforme su clasificación y características, se realiza según el siguiente detalle:

Nº	Clasificación de elementos de publicidad exterior	% UIT
1	Panel simple	3.09
2	Paleta	2.53
3	Tótem	3.17
4	Inflable publicitario	2.53
5	Volumétrico	2.53
6	Autorización Tipo Convenio provisional para instalación de paneles monumentales, simples, luminosos e iluminados en techo y azotea hasta por un año	4.18
7	Autorización Tipo Convenio Provisional para instalación de paneles monumentales/unipolar, simples luminosos e iluminado y especial en la vía pública hasta por un año	5.07

Asimismo, los montos calculados conforme al cuadro citado no se expresan en céntimos siendo redondeado, si el caso lo amerita. De igual manera, para el área de exhibición del elemento de publicidad exterior (m2) se calcula por cada lado del área precitada.
El cálculo del aprovechamiento del bien de dominio público se sujeta a la aplicación de la siguiente fórmula:

TasaEPE = PorcentajeEPE UIT × m2EPE

TasaEPE: Es monto en soles que deberá abonar la persona natural o jurídica propietaria del elemento de publicidad exterior autorizado por la municipalidad.

PorcentajeEPE: Es la tasa por aprovechamiento de un bien público mediante elementos de publicidad exterior según su tipo.

UIT: El valor vigente en soles de la Unidad Impositiva Tributaria - UIT, publicada por el Estado Peruano correspondiente al año de aplicación de la fórmula.

m2EPE: El total del área útil para publicidad que disponga el elemento de publicidad exterior.

ARTÍCULO 67°.- APROVECHAMIENTO Y PAGO.- El aprovechamiento del uso de un bien de dominio público que contenga un elemento de publicidad exterior, se requiere la ejecución del pago de la tasa (hecho imponible) para la autorización correspondiente.

TÍTULO VI.- CONVENIOS DE COOPERACIÓN

ARTÍCULO 68°.- La municipalidad podrá celebrar convenios de cooperación con empresas dedicadas a la publicidad exterior para el mejoramiento del ornato y/o infraestructura del distrito. Dichas empresas podrán presentar proyectos cuyos costos de elaboración y ejecución será a cuenta y cargo del solicitante y todas las obras que se ejecuten a mérito de ello pasaran a ser de propiedad de la municipalidad al término del convenio, sin lugar a compensación alguna.

ARTÍCULO 69°.- Los proyectos presentados deberán contener los requisitos establecidos según TUPA, las especificaciones técnicas, así como los plazos de ejecución debiéndose ceñir a las disposiciones contenidas en esta ordenanza.

ARTÍCULO 70°.- La municipalidad establecerá en cada caso el tipo, la ubicación y la cantidad de elementos de publicidad exterior que las empresas podrán instalar a través de convenios.

ARTÍCULO 71°.- Los convenios no podrán generar derechos de exclusividad ni monopolio y tendrán una vigencia máxima de 3 años.

ARTÍCULO 72°.- La autorización municipal para este tipo de convenios será de tipo provisional por un periodo no mayor a 12 meses renovable por convenio hasta su cumplimiento.

ARTÍCULO 73°.- Las características, tipo del elemento publicitario deberán ajustarse a las disposiciones técnicas y las modificaciones y/o cambio de leyenda de los anuncios que se encontrasen bajo la modalidad de autorización provisional por un año, no implicarán nueva autorización en el mismo año de otorgada la autorización provisional, debiendo los solicitantes cumplir con la comunicación respectiva a la municipalidad. Caso contrario se aplicará la sanción correspondiente según el cuadro de sanciones.

TÍTULO VII.- DISPOSICIONES ADMINISTRATIVAS**CAPÍTULO I.- OBLIGACIONES GENERALES Y PROHIBICIONES**

ARTÍCULO 74°.- OBLIGACIONES.- Se establecen como obligaciones generales, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 16° y otros, las siguientes acciones:

1. Gestionar la autorización municipal para realizar la ubicación de los elementos de publicidad exterior, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.
2. Salvaguardar la seguridad física de las personas, la libre circulación de sus ocupantes en un bien de dominio privado, de los vecinos o de quienes circulen en la vía pública, derivada de la ubicación de elementos de publicidad exterior, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.
3. Respetar y cumplir la reglamentación de distancia para redes de energía y telecomunicaciones establecidas por el Gobierno Nacional, cuando se realice la ubicación de elementos de publicidad exterior que le haya sido autorizado, independientemente de su clasificación y características que se deriven de ella.

ARTÍCULO 75°.- PROHIBICIONES.- Las prohibiciones generales establecidas por la presente ordenanza son las siguientes:

1. Todo tipo de elemento de publicidad exterior que utilice el sonido como medio de difusión – contaminación sonora.
2. Colocación de afiches, póster y carteleros en fachadas y/o paramentos exteriores.
3. Los elementos de publicidad exterior que por su ubicación o dimensiones obstaculicen la visión de anuncios adyacentes a ellos
4. La instalación de banderolas, afiches o similares sobre otros elementos de publicidad exterior.
5. No se permitirán altos relieves ni volúmenes que sobresalgan del plano de los elementos de publicidad exterior, tampoco troquelados que excedan sus dimensiones autorizadas.

Asimismo, se establecen las siguientes prohibiciones respecto de la ubicación de elementos de publicidad exterior en de dominio privado y bienes de dominio público:

I. En bienes de dominio privado:

- a. Elementos de publicidad exterior en muros de dominio privado que se encuentren en un estado deteriorado o en mal estado de conservación.
- b. Ubicar elementos de publicidad exterior sobre cercos de edificaciones.
- c. Ubicar elementos de publicidad exterior especial (pantalla led) en cercos y en retiros de edificaciones que se encuentren en zonificación comercial y/o industrial.
- d. Ubicar elementos de publicidad exterior que invadan los aires de la vía pública, a excepción de los elementos de publicidad exterior establecidos en los artículos 38°, 43° y 45° de la presente ordenanza.
- e. Ubicar elementos de publicidad exterior en pisos superiores al primer piso de edificaciones con fachada a nivel de vereda, excepto a los edificios corporativos y para edificaciones comerciales con puerta a calle que no tengan espacio en el primer piso.
- f. Ubicar elementos de publicidad exterior en retiros de edificaciones que se encuentren en zonificación residencial, educativa, hospitales, centros históricos y otros similares.
- g. Ubicar elementos de publicidad exterior que cubran elementos ornamentales de la edificación como balcones, balaustres, frisos, cornisas, molduras y similares.
- h. Ubicar elementos de publicidad exterior de tipo panel monumental, unipolar y volumétrico en estaciones de servicios.
- i. Ubicar elementos de publicidad exterior de tipo banderola debajo del canopy de las estaciones de servicios.
- j. Ubicar elementos de publicidad exterior en muros laterales y posteriores de dominio privado, salvo excepción para las estaciones de servicios.
- k. Ubicar elementos de publicidad exterior que obstruyan puertas, ventanas o ductos. En muros cortina o fachadas vidriadas se podrá admitir la ubicación de elementos de publicidad exterior siempre que no resten iluminación o la visualización a los ambientes delimitados por ellas.
- l. Ubicar elementos de publicidad exterior en las azoteas de edificaciones de los bienes de dominio privado.

- m. Ubicar elementos de publicidad exterior en retiros de edificaciones que se encuentren en zonificación residencial, educativa, hospitales y similares.
- n. Obstaculizar la visión del otro elemento de publicidad exterior debidamente autorizado.

II. En bienes de dominio público.

- a. No se permitirá ningún tipo de elemento de publicidad exterior, fija, móvil o portátil, en la vía pública o en alguno de los elementos que la conforman, tales como: calzadas, sardineles, veredas, bermas, postes de alumbrado, etc., que no sido otorgados bajo la modalidad de concesión o adjudicación como resultado de un proceso selectivo, es decir, cuando se trate de elementos publicitarios o mobiliario urbano relacionados a proyectos de inversión público - privado y/o proyectos en activos, debiendo sus características (tamaño, aspectos técnicos y estructurales, entre otros) depender de las necesidades del proyecto de inversión público-privado y/o proyecto en activo, incluso pudiendo ser distintas a las reguladas en la presente norma, siempre que no afecten el interés público y representen un beneficio a la comunidad, y que siempre se respeten las zonas establecidas como rígidas, monumentales o áreas de uso residencial, para evitar su afectación.
- b. Ubicar banderolas de tipo pasacalle en todas las vías.
- c. Ubicar elementos de publicidad exterior que incluya o sean semejantes con las señales, símbolos o dispositivos oficiales de control u orientación para el tránsito peatonal y/o vehicular.
- d. Ubicar elementos de publicidad exterior que emitan algún tipo de sonido como parte de su sistema de publicidad; independientemente de su clasificación y características derivadas de ella.
- e. Ubicar elementos de publicidad exterior en el perímetro y/o en el interior de las plazas, parques, rotondas, áreas calificadas como Zonas de Recreación Pública (ZRP) u otros similares.
- f. Ubicar elementos de publicidad exterior que ocupen total o parcialmente la superficie o aires de las pistas, bermas, jardines, estacionamientos, veredas, ciclovías y aires de propiedad privada. Con excepción de aquellos que se ubican en mobiliario urbano.
- g. Ubicar elementos de publicidad exterior en los intercambios viales o pasos a desnivel, puentes peatonales y/o túneles, cuya distancia sean menores a los cien (100) metros radiales.
- h. Ubicar elementos de publicidad exterior de tipo panel monumental, unipolar y tótem en las islas de refugio o de peatón.
- i. Ubicar elementos de publicidad exterior en malecones, acantilados, ríos, litoral costero, humedales, pampas, sistemas de montañas, cerros y lomas.
- j. Ubicar elementos de publicidad exterior en las áreas declaradas monumentos históricos, zonas arqueológicas, de valor monumental o integrante del ambiente urbano monumental o zona monumental, de forma distinta a lo establecido en el artículo 24° de la presente ordenanza.
- k. Ubicar elementos de publicidad exterior en los árboles, en los elementos de señalización, en los postes de alumbrado público o portadores de cables, en los postes y cables de transmisión de energía eléctrica, en las antenas de telecomunicación y en los postes con cámaras de vigilancia u otros similares.
- l. Ubicar elementos de publicidad exterior situada en curvas, cruces peatonales, confluencia de vías o de cualquier lugar, en el que se obstaculice la visión de los conductores de vehículos y/o tránsito peatonal, el tránsito vehicular y/o peatonal y/o las señalizaciones de tránsito, nomenclatura o informativa.
- m. Ubicar elementos de publicidad exterior pintados, pegados (leyenda) o adheridos en las veredas, sardineles, pistas, bermas, mobiliario urbano y otros componentes de la vía pública.
- n. Ubicar elementos de publicidad exterior reflectivo, de colores o composiciones que induzcan a la confusión y/u obstaculización en el tráfico vehicular.
- o. Distribuir o arrojar volantes (flyer), trípticos y folletos en la vía pública sin la autorización debida.
- p. Efectuar el tratamiento de tala y retiro, trasplante y/o podas severas de individuos arbóreos para la ubicación del elemento de publicidad exterior sin importar sus características físicas y/o técnicas que este tenga.

III. En unidades móviles.

- a. Ubicar elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella, en unidades móviles sin autorización municipal.
- b. Ubicar elementos de publicidad exterior de material rígido, metálico, plástico, maderas u otros similares, en los lados de la unidad móvil.
- c. Ubicar elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella, que reposen sobre la capota o maletera de la unidad móvil.
- d. Ubicar de elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella, en los parabrisas y ventanillas de las unidades móviles, así como, de objetos, carteles calcomanías u otros similares.
- e. Ubicar elementos de publicidad exterior, según su clasificación y características derivadas de ella, dentro del margen de veinte (20) centímetros alrededor de la placa de rodaje, señalización de peso y medidas vehiculares de la unidad móvil.
- f. Ubicar elementos de publicidad exterior que obstaculicen la visualización de las láminas retro reflectoras de seguridad u otros accesorios similares de la unidad móvil, conforme a las disposiciones emitidas por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- g. Por ubicar elementos de publicidad exterior según su clasificación que incluya o sea semejantes a las señales, símbolos o dispositivos oficiales utilizadas en el control y orientación para el tránsito peatonal o vehicular.
- h. Ubicar elementos de publicidad exterior de tipo volumétrico en toda la unidad móvil.
- i. Ubicar elementos de publicidad exterior de clasificación técnica: luminoso, iluminado y especial en la unidad móvil.
- j. Ubicar elementos de publicidad exterior de clasificación técnica: luminoso, iluminado y especial en la parte frontal y de la unidad móvil, con excepción de la casa rodante.
- k. Ubicar elementos de publicidad exterior de clasificación mixta (física y técnica) que sobresalga del frente, parte posterior y laterales de la carrocería de la unidad móvil; salvo se trate de publicidad de material flexible adhesivo.

CAPÍTULO II.- DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

ARTÍCULO 76°.- SANCIONES APLICABLES A CADA INFRACCIÓN.- Las sanciones aplicables por infracciones se encuentran recogidas en el Cuadro de Infracción y Sanciones Administrativas aprobado por la ordenanza que aprueba el Régimen de Aplicación de Sanciones Administrativas (RAS) y El Cuadro Único de Infracciones y Sanciones (CUI) de la Municipalidad Distrital de San Juan de Miraflores.

INFRACCIONES.

La fiscalización del cumplimiento de las disposiciones de esta ordenanza se realiza a través de:

1. Los ciudadanos, en forma individual o colectiva o a través de organizaciones representativas, que podrán formular denuncias por infracciones a esta ordenanza ante el Órgano de Fiscalización y Sanciones Administrativas de la municipalidad.

2. La Subgerencia de Fiscalización y Sanciones Administrativa, se encargará del cumplimiento de las disposiciones municipales, de oficio o por denuncia de parte, fiscalizará el cumplimiento de esta ordenanza y de lo dispuesto en la autorización correspondiente, imponiendo las sanciones que correspondan.

3. Responsabilidad solidaria. La imposición de sanción pecuniaria por las infracciones en las que incurren las personas naturales o jurídicas por incumplimiento de lo dispuesto en esta ordenanza, se aplicarán de manera solidaria al propietario del inmueble donde está instalado el elemento publicitario y la persona natural o jurídica que anuncia el mensaje publicitario.

4. Retiro de los elementos de publicidad exterior antirreglamentario. Los elementos de publicidad exterior antirreglamentarios o cuya autorización haya caducado serán retirados por las municipalidades y podrán ser recuperados por los propietarios, previo pago de la sanción correspondiente y los gastos ocasionados por el retiro y almacenamiento de dichos elementos.

Si la municipalidad detecta la existencia de elementos de publicidad exterior antirreglamentarios procederá al decomiso de éstos, sin notificación previa.

5. Remate de los elementos de publicidad exterior en almacenamiento. Vencido el término de sesenta (30) días calendario del retiro y depósito de elementos de publicidad exterior, sin que éstos hayan sido reclamados por sus propietarios, la municipalidad podrá rematar dichos bienes, a efecto de cubrir con el producto del remate, los costos y gastos administrativos en los que se haya incurrido, quedando el saldo, si lo hubiera, a favor del propietario. La municipalidad no se responsabiliza de los daños ocasionados por el retiro del anuncio.

ARTÍCULO 77°.- AFICHE DE NO AUTORIZADO.- Luego de agotado el proceso correspondiente y dispuesto el retiro del anuncio o aviso publicitario, previo a su ejecución, la municipalidad podrá adosar o pegar sobre el mismo el texto: "PUBLICIDAD NO AUTORIZADA".

TÍTULO VIII.- DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA.- DEROGAR todo dispositivo que se oponga a lo dispuesto en la presente ordenanza.

SEGUNDA.- Los derechos y procedimientos establecidos en esta ordenanza se incorporarán al Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA) de la Municipalidad Distrital de San Juan de Miraflores.

TERCERA.- FACULTAR a la señora alcaldesa para que, mediante decreto de alcaldía, apruebe las Normas Técnicas y dicte las disposiciones reglamentarias para la correcta aplicación de la presente ordenanza, así como la celebración de Convenios Integrales de Mejoramiento del Ornato u otros beneficios que se obtengan para el progreso y desarrollo del distrito, con el fin de que se permita la instalación de anuncios y elementos de publicidad exterior en las áreas de dominio público, siempre y cuando no signifique egreso al erario local.

CUARTA.- DEL PAGO EN ESPECIE Y/O SERVICIOS.- De acuerdo al artículo 32° del Decreto Legislativo N° 816, al Título Preliminar del artículo I de la Ley N° 27972 – Orgánica de Municipalidades, y en base a la autonomía consagrada en el artículo 191° de la Constitución Política del Perú, la municipalidad podrá aceptar el pago por derecho de autorización, en bienes, especies o servicios, previa suscripción de convenios o contratos con los contribuyentes interesados y previa valorización realizada por las áreas competentes, lo cual deberá ser autorizado mediante resolución de alcaldía.

Análogamente, podrá aplicarse el mismo procedimiento en el caso de las concesiones para lo cual esta modalidad deberá haber sido propuesta en el proceso de Licitación Pública, Concurso de Proyecto Integral o Concurso Público.

QUINTA.- SE PRESERVARÁ la intangibilidad del área comprendida en la avenida Panamericana Sur (hasta 50 m. medido desde su eje a ambos lados), por encontrarse esta vía bajo administración de EMAPE (Empresa Municipal de Administración de Peajes). En lo referente a la reserva vial, no se permitirá construcciones de carácter permanente, reservándose la Municipalidad Distrital de San Juan de Miraflores el derecho de administrar la publicidad comprendida en estas vías.

SEXTA.- APROBAR los formatos de declaración jurada de las características de la unidad móvil (anexo 1) y la declaración jurada de no afectación de áreas verdes y arbolado (anexo 2) estipulado en la presente Ordenanza.

SÉTIMA.- LOS DERECHOS consignados en el artículo 64° se efectuarán cada año en el caso de autorizaciones provisionales, y se renovarán vía control y verificación sólo los anuncios que cumplan con las medidas reglamentarias según las normas técnicas.

OCTAVA. LAS EMPRESAS que se dedican a vender publicidad deberán tramitar su autorización cada vez que cambien el diseño gráfico del anuncio.

NOVENA.- CUMPLIR con las disposiciones técnicas de anuncios en:

- Fachadas colgantes tipo bandera (en avenidas con o sin pistas laterales): Fachadas con volado, fachadas sin volado, fachadas con retiro municipal, caso especial de la Av. Los Héroes, Av. San Juan, exceptuando las zonas restringidas.

- De anuncios en vía pública con poste propio, en calles de uso netamente comercial con estacionamiento entre vereda y calzada, en calles o vías colectoras de uso residencial con retiro entre la vereda y calzada.

- De anuncios de dos parantes como base en vía pública (autorizaciones provisionales tipo convenio que se renovaran cada año), toldos.

DÉCIMA.- LOS CONVENIOS suscritos, obtenidos o realizados antes de la vigencia de la presente ordenanza, mantendrán su validez hasta su vencimiento.

DÉCIMO PRIMERA.- LAS SOLICITUDES presentadas antes de la vigencia de la presente ordenanza que no hayan sido resueltas, se registrarán por la normatividad vigente al momento de su presentación.

DÉCIMO SEGUNDA.- OTORGAR por única vez a las personas naturales o jurídicas que no cuenten con autorización municipal para anuncios o instalación de elementos de publicidad exterior o que ésta haya caducado, regularicen conforme

las disposiciones de la presente ordenanza, en el plazo de quince (15) días calendario la autorización correspondiente. Vencido dicho plazo se aplicarán las acciones de control y sanción que establece la presente norma municipal.

DÉCIMO TERCERA.- EN TODO lo no previsto, se aplicará supletoriamente lo dispuesto en el Reglamento Nacional de Edificaciones y la Ley N°27444 - del Procedimiento Administrativo General.

DÉCIMO CUARTA.- TODOS los elementos instalados deberán adecuarse a la presente disposición dentro de un plazo perentorio de ciento ochenta (180) días calendario, contados a partir de su vigencia.

DÉCIMO QUINTA.- ENCARGAR a la Gerencia de Desarrollo Económico, Gerencia de Seguridad Ciudadana y Vial, a través de sus respectivas unidades orgánicas, el cumplimiento de la presente norma; y a todas las demás dependencias de la entidad, el apoyo más amplio en las acciones que realicen.

DÉCIMO SEXTA.- ENCARGAR a la Secretaría General la publicación de esta norma municipal en el diario oficial “EL Peruano”; a la Oficina de Tecnología de la Información, su publicación en la página web de la municipalidad: www.munisjm.gob.pe; y a la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional su mayor difusión a nivel distrital.

Regístrese, comuníquese, publíquese y cúmplase.

DELIA NELLY CASTRO PICHIHUA
Alcaldesa

ANEXO 1

DECLARACIÓN JURADA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA UNIDAD MÓVIL

Yo,..... identificado con DNI/RUC N° representado por
..... identificado con DNI. N°, DECLARO que, las características de la unidad móvil en la cual se hará la ubicación del elemento de publicidad exterior, son las siguientes.

Marca (x), y llenar donde corresponde:

UNIDAD MÓVIL
ESPECIFICAR LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS:

PLACA		COLOR	
CATEGORÍA VEHICULAR		TIPO DE CARROCERÍA	
MARCA		MOTOR	
MODELO		NÚMERO DE ASIENTOS	
DIMENSIONES	ALTO:	LARGO:	ANCHO:

Sello y firma del representante legal
DNI./RUC.:
Fecha:
Correo electrónico:

Base legal: art. 51°, numeral 51.1 del TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por D.S N° 004-2019-JUS

ANEXO 2

DECLARACIÓN JURADA DE NO AFECTACIÓN DE ÁREAS VERDES Y ARBOLADO

Yo,..... identificado con DNI./RUC N° representado por
..... identificado con DNI. N°, Me comprometo a no afectar las áreas verdes ni el arbolado, con la instalación del elemento de publicidad exterior a tramitar mediante esta solicitud, de acuerdo a lo establecido en la ordenanza vigente y que será ubicado en

De no cumplir con lo declarado me someteré a las sanciones respectivas, para lo cual sello y firmo el presente documento.

Sello y firma del representante legal
DNI./RUC.:
Fecha:
Correo electrónico:

Base legal: art. 51°, numeral 51.1 del TUO de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por D.S N° 004-2019-JUS